

TESIS
MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM
MADRASAH ALIYAH NEGERI DUA MENJELEJAH DUNIA (MADU
MANJA) UNTUK PENINGKATAN CITRA MADRASAH ALIYAH
NEGERI 2 KOTA MALANG

Oleh:

Mohammad Afif Choironi

NIM: 220106210045



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

TESIS
MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM
MADRASAH ALIYAH NEGERI DUA MENJELEJAH DUNIA (MADU
MANJA) UNTUK PENINGKATAN CITRA MADRASAH ALIYAH
NEGERI 2 KOTA MALANG

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)
Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam
Pada Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Oleh:

Mohammad Afif Choironi

NIM: 220106210045

Pembimbing 1:

Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd

NIP. 198010012008011016

Pembimbing 2:

Dr. H. Mulyono, MA

NIP. 196606262005011003

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohammad Afif Choironi
NIM : 220106210045
Program Studi : Magister (S-2) Manajemen Pendidikan Islam
Institusi : Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang
Judul Tesis : Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN
Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk
Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Batu, 26 Mei 2024



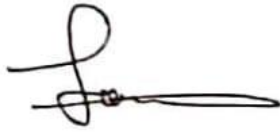
Mohammad Afif Choironi
NIM. 220106210045

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah Tesis dengan judul "Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang" yang disusun oleh Mohammad Afif Choironi (220106210045) ini telah diperiksa secara keseluruhan dan disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan kepada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diuji dalam Sidang Ujian Tesis.

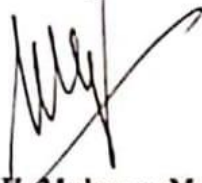
Batu, 26 Mei 2024

Pembimbing I



Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd.
NIP. 198010012008011016

Pembimbing II



Dr. H. Mulvono, MA.
NIP. 196606262005011003

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Magister Manajemen Pendidikan Islam




Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd.
NIP. 198010012008011016

LEMBAR PENGESAHAN TESIS


Tesis dengan judul "Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program Madrasah Aliyah Negeri Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang" ini telah diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 12 Juni 2024.

Batu, 03 Juli 2024


Dewan Penguji,


(Dr. H. Ahmad Barizi, M.A.)
NIP. 197312121998031008


Penguji Utama


(Dr. Nurul Yaqien, M.Pd.)
NIP. 197811192006041001

Ketua Penguji


(Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd.)
NIP. 198010012008011016

Penguji


(Dr. H. Mulyono, MA.)
NIP. 196606262005011003

Sekretaris

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak.
NIP. 196903032000031002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan kebahagiaan yang mendalam, penulis ingin mengungkapkan apresiasi dan penghormatan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kasih sayang selama perjalanan penelitian ini. Tanpa kontribusi dan kehadiran mereka, penulisan penelitian ini tidak akan terwujud

Kepada Orang Tua

Ibu dan Bapakku Tercinta

Terima kasih atas cinta, dukungan finansial yang sangat berarti dan tidak tergantikan selama penelitian ini, serta doa yang selalu mengalir tanpa henti dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Kehadiran dan semangat yang beliau berikan telah menjadi sumber kekuatan yang tidak ternilai bagi saya sepanjang proses ini. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan beliau, saya tidak akan bisa mencapai titik ini.

Kepada Saudara-Saudaraku

Saudara yang selalu memberikan semangat, dukungan penuh, membantu, dan mendampingi saya sehingga dapat terselesainya penelitian tesis ini.

MOTTO

المُحَافَظَةُ عَلَى الْقَدِيمِ الصَّالِحِ وَالْأَخْذُ بِالْجَدِيدِ الْأَصْلِحِ

“Memelihara hal-hal lama (baca-tradisi) yang bagus serta mengambil hal-hal baru yang lebih baik”¹

¹ Sayyid Abu Bakar Al-Ahdalil Al- Yamani As-Syafi'i., *Al-Faroidul Bahiyyah* (Jombang: Darul Hikmah, 2010).

Abstrak

Choironi, Mohammad Afif. 2024. *Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing I: Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd., Pembimbing II: Dr. H. Mulyono, MA.

Kata Kunci: Manajemen Hubungan Masyarakat, Program MADU MANJA, Citra Madrasah

Manajemen hubungan masyarakat melalui Program MADU MANJA dirancang untuk memberikan siswa kesempatan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan internasional, seperti pertukaran pelajar dan konferensi, guna memperluas wawasan mereka tentang budaya dan sistem pendidikan global. Serta untuk meningkatkan citra madrasah di kancah nasional dan internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan tentang Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

Untuk mengumpulkan data dan menggambarkan hasil secara rinci, digunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses analisis data dilakukan melalui tiga langkah utama: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data yang diperoleh kemudian diverifikasi menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Perencanaan manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah diawali dengan peningkatan citra sebagai tujuan program kemudian penetapan sasaran dan program selanjutnya menyusun strategi pelaksanaan kegiatan serta melakukan kerjasama dengan lembaga luar negeri. 2) Pelaksanaan manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah dilakukan secara maksimal dengan seleksi dan penetapan peserta, pendampinga dan realisasi program, komunikasi dan koordinasi dengan lembaga lain, serta monitoring program. 3) manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah telah berhasil secara efektif. Dengan pencapaian target yang sesuai, pelaksanaan evaluasi secara efektif dan efisien, serta mengetahui kendala dan tindak lanjut. 4) Implikasi manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah telah membawa dampak positif yang meliputi peningkatan prestasi nasional dan internasional, peningkatan minat masyarakat, madrasah lebih dikenal, dan kerjasama dan kemitraan internasional.

Abstract

Choironi, Mohammad Afif. 2024. *Public Relations Management Through the MAN Dua Explores the World (MADU MANJA) Program to Improve the Image of Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*. Thesis. Postgraduate Islamic Education Management Master's Study Program, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor I: Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd., Supervisor II: Dr. H. Mulyono, MA.

Keywords: *Public Relations Management, MADU MANJA Program, Madrasah Image*

Public relations management through the MADU MANJA Program is designed to allow students to participate in various international activities, such as student exchanges and conferences, to broaden their horizons about global cultures and education systems. As well as to improve the image of madrasas in the national and international arena.

This research aims to analyze and describe the planning, implementation, evaluation, and implications of public relations management through the MAN Dua Explore the World (MADU MANJA) program to improve the image of Madrasah Aliyah Negeri 2 Malang City.

A qualitative approach was used with type of phenomenological research to collect data and describe the results in detail. Data was collected through interviews, observation, and documentation techniques. The data analysis is carried out through three main steps: data condensation, data presentation, and conclusion. The validity of the data obtained was then verified using source triangulation and technical triangulation.

The results of the research show that 1) Public relations management planning through the MADU MANJA program to improve the image of madrasas begins with improving the image as a program goal, then setting targets and programs, then developing a strategy for implementing activities and collaborating with foreign institutions. 2) Implementation of public relations management through the MADU MANJA program to improve the image of madrasas is carried out optimally by selecting and determining participants, assisting, and realizing the program, communicating, and coordinating with other institutions, as well as monitoring the program. 3) public relations management through the MADU MANJA program to improve the image of madrasahs has been effective. By achieving appropriate targets, carrying out evaluations effectively and efficiently, as well as knowing obstacles and follow-up actions. 4) The implications of public relations management through the MADU MANJA program to improve the image of madrasas have had positive impacts which include increasing national and international achievements, increasing public interest, making madrasas better known, and international cooperation and partnerships.

ملخص البحث

خيراني، محمد عفيف. ٢٠٢٤. إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" لتحسين قيمة المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية مالانج. الأطروحة. قسم ماجستير إدارة التربية الإسلامية. الدراسات العليا. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف الأول: الدكتور فاهم طارب، الماجستير. المشرف الثاني: الدكتور موليونو، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: إدارة العلاقات العامة، برنامج المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم، قيمة المدرسة

تم تصميم إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" لتوفير فرص للطلاب للمشاركة في مجموعة متنوعة من الأنشطة الدولية، مثل تبادل الطلاب والمؤتمرات، لتوسيع رؤيتهم حول الثقافات والأنظمة التعليمية العالمية. وكذلك لتحسين قيمة المدرسة في الساحتين الوطنية والدولية. يهدف هذا البحث إلى تحليل ووصف التخطيط والتنفيذ والتقييم والآثار المترتبة على إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" لتحسين قيمة المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية مالانج.

ولجمع البيانات ووصف النتائج بالتفصيل، تم استخدام منهج كفي بنوع بحثي ظاهري. وقد تم جمع البيانات من خلال أساليب المقابلة والملاحظة والتوثيق. وأجريت عملية تحليل البيانات من خلال ثلاث خطوات رئيسية: تكييف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. ثم تم التحقق من صحة البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام تثلث المصدر وتثلث التقنية. أظهرت نتائج هذا البحث أن (١) يبدأ تخطيط إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" لتحسين قيمة المدرسة بزيادة تحسين القيمة كهدف للبرنامج، ثم تحديد الأهداف والبرامج، وبعد ذلك وضع استراتيجية لتنفيذ الأنشطة والتعاون مع المؤسسات الخارجية. (٢) يتم تنفيذ إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" لتحسين قيمة المدرسة على أكمل وجه من خلال اختيار وتعيين المشاركين، المرافقة وتنفيذ البرنامج، التواصل والتنسيق مع المؤسسات الأخرى، وكذلك مراقبة البرنامج. (٣) لقد نجحت إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" في تحسين قيمة المدرسة بشكل فعال. وذلك بتحقيق الأهداف المحددة، وتنفيذ التقييم بشكل فعال وكفاء، بالإضافة إلى معرفة العقبات واتخاذ الإجراءات اللازمة. (٤) لقد جلبت تداعيات إدارة العلاقات العامة من خلال برنامج "المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية تستكشف العالم" لتحسين قيمة المدرسة تأثيراً إيجابياً يشمل زيادة الإنجازات الوطنية والدولية، وزيادة اهتمام المجتمع، وزيادة شهرة المدرسة، والتعاون والشراكات الدولية.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tidak lupa sholawat dan salam mudah-mudahan selalu terlimpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW bersama semua keluarga serta para sahabat hingga kepada umatnya sampai akhir zaman.

Banyak pihak yang telah membantu kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

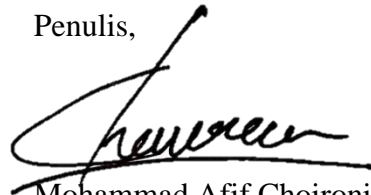
1. Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA. dan para wakil Rektor.
2. Direktur Pascasarjana, Prof. Wahidmurni, M.Pd. Ak. dan Wakil Direktur, Drs. H. Basri, MA., Ph. D. atas semua layanan dan fasilitas yang baik, yang telah diberikan selama proses menempuh studi.
3. Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam sekaligus Dosen Pembimbing, Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd. Atas motivasi, support, dukungan dan koreksinya dalam penulisan Tesis.
4. Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Muhammad Amin Nur, M.A. atas motivasi dan dukungan secara moril selama studi.
5. Dosen pembimbing Dr. H. Mulyono, MA. atas support, dukungan dan koreksinya dalam penulisan Tesis.
6. Para dosen Pascasarjana khususnya jurusan magister manajemen pendidikan islam yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, wawasan dan inspirasi bagi penulis untuk meningkatkan kualitas akademik.
7. Semua staf dan tenaga kependidikan Pascasarjana yang telah banyak memberikan kemudahan-kemudahan layanan akademik dan administratif selama penulis menyelesaikan studi.

8. Semua civitas Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang khususnya kepala madrasah, wakil kepala bidang humas, penanggung jawab program, dan semua informan, serta elemen yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian bersama penulis.
9. Keluarga besar yang selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis.
10. Semua guru, yang selalu menjadi inspirasi dalam menjalani hidup.
11. Teman-teman Magister Manajemen Pendidikan Islam yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung penulis selama ini.

Semoga amal shalih yang telah mereka semua lakukan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT, Aamiin.

Batu, 26 Mei 2024

Penulis,



Mohammad Afif Choironi

NIM. 220106210045

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam penulisan Proposal Tesis ini menggunakan transliterasi yang digunakan Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/ 1987, tanggal 22 Januari 1988

A. Huruf

ا	=	Tidak dilambangkan	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	s	ص	=	ṣ	م	=	m
ج	=	j	ض	=	d	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	ṭ	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	ẓ	ه	=	h
د	=	d	ع	=	‘	ء	=	’
ذ	=	ẓ	غ	=	g	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. Huruf Vocal

Vokal Pendek		Vokal panjang		Diftong	
اَ	a	اَ	ā	اَيَّ	ay
اِ	i	اِي	ī	اَوَّ	aw
اُ	u	اُو	ū	اَبَا	ba’

DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Motto	v
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
ملخص البحث	viii
Kata Pengantar.....	ix
Pedoman Transliterasi Arab Latin.....	xi
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
BAB I: Pendahuluan	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	15
F. Definisi Istilah.....	22
BAB II: Kajian Pustaka.....	25
A. Manajemen Hubungan Masyarakat.....	25
1. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat	25
2. Peran Manajemen Hubungan Masyarakat	29
3. Fungsi dan Tujuan Hubungan Masyarakat	34

B. Citra Madrasah	49
1. Pengertian Citra Madrasah	49
2. Jenis-Jenis Citra	52
3. Indikator Citra.....	54
4. Proses Pembentukan Citra	54
5. Peran Citra Madrasah	57
C. Manajemen Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Madrasah	59
D. Kajian Integrasi Manajemen Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Citra Madrasah	66
E. Kerangka Berfikir.....	80
 BAB III: Metode Penelitian.....	81
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	81
B. Kehadiran Peneliti	82
C. Lokasi Penelitian	83
D. Data dan Sumber Data.....	84
E. Teknik Pengumpulan Data	86
F. Analisis Data	89
G. Keabsahan Data.....	92
 BAB IV: Paparan Data dan Hasil Penelitian	93
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	93
1. Profil Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	93
2. Visi, Misi, dan Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	97
3. Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	98
B. Paparan Data	99
1. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	99

2. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	112
3. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	121
4. Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	126
C. Hasil Penelitian	135
1. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	135
2. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	136
3. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	137
4. Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	138

BAB V: Pembahasan Temuan Penelitian142

A. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	142
B. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah.....	146

C. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah	151
D. Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah	154
BAB VI: Penutup	159
A. Kesimpulan	159
B. Saran.....	160
Daftar Pustaka.....	162
Lampiran-Lampiran.....	168
Daftar Riwayat Hidup	179

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian	20
Tabel 3.1 Sumber Data Wawancara.....	87
Tabel 4.1 Jumlah Prestasi Siswa dari Tahun 2021-2023	128
Tabel 4.2 Jumlah Siswa Baru dari Tahun 2021-2023	131
Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Penelitian.....	139
Tabel 5.1 Rangkuman Hasil Pembahasan.....	157

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra.....	55
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	80
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	99
Gambar 4.2 Perencanaan Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU MANJA.....	136
Gambar 4.3 Pelaksanaan Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU MANJA.....	137
Gambar 4.4 Evaluasi Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU MANJA.....	138
Gambar 4.5 Implikasi Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU MANJA.....	139

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	168
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	169
Lampiran 3 Instrumen Wawancara	170
Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan	172
Lampiran 5 Monitoring dan Pendampingan	174
Lampiran 6 Publikasi Program MADU MANJA.....	175
Lampiran 7 Prestasi Siswa	176
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara	177

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hubungan masyarakat dengan madrasah menjadi kebutuhan bersama untuk meningkatkan kualitas madrasah dan terjalinnya komunikasi yang baik antara sekolah dan masyarakatnya. Keberadaan Hubungan Masyarakat dalam suatu organisasi sangat penting. Hubungan masyarakat menurut *Public Relations Society of America* (PRASA) adalah suatu proses komunikasi yang membangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya.² Praktisi hubungan masyarakat sebagai penghubung antara madrasah dengan masyarakat dituntut mampu menyesuaikan dirinya pada keadaan sekeliling dan memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, sehingga akan timbul opini publik dan citra positif yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut. Oleh sebab itu, banyak lembaga pendidikan islam mulai menyadari pentingnya peran hubungan masyarakat.

Hubungan masyarakat bertujuan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, jasa baik, kepercayaan, dan penghargaan kepada dan dari publik khususnya serta masyarakat umumnya.³ Menurut hairun nisa tujuan dari humas salah satunya adalah untuk menjaga serta membentuk kepercayaan masyarakat dan juga memelihara serta menciptakan kerja sama dengan masyarakat.⁴ Kegiatan

² Dasrun Hidayat, *Media Public Relations* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 2.

³ Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan* (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), 14.

⁴ Hairun Nisa, *Manajemen Humas Di Sekolah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 20.

hubungan masyarakat dapat dilaksanakan dengan menunjukkan hal-hal positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan. Serta dalam pelaksanaannya harus memberikan keterangan-keterangan atau penjelasan-penjelasan kepada publik dengan sebenar-benarnya, sehingga publik merasa diikuti sertakan dalam usaha-usaha organisasi tersebut. Sikap yang simpatik, ramah dan kata-kata yang sopan menunjukkan perhatian terhadap kritik dan saran publik dapat memberikan kepuasan pada usaha-usaha publik.

Menurut hasil penelitian ritonga et.al Humas Madrasah Aliyah Negeri Labuhanbatu memainkan peran penting dalam penyebarluasan informasi saat ini. Meskipun bekerja dari rumah, mereka tetap aktif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Peran mereka mencakup fungsi sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, penyelesaian masalah, dan teknisi komunikasi. Hal ini memungkinkan mereka untuk memberikan panduan yang tepat, menghubungkan berbagai pihak terlibat, menyelesaikan masalah terkait informasi, dan memastikan alat komunikasi modern digunakan secara efektif.⁵ Sehingga, dapat meningkatkan citra positif di masyarakat.

Manajemen hubungan masyarakat di madrasah tidak bisa terlepas dari peningkatan citra positif terhadap madrasah. Hal ini dikarenakan fungsi dan tujuan dari manajemen humas adalah untuk menjalin kerjasama dan meningkatkan citra yang positif terhadap madrasah. Oleh karena itu, praktisi humas harus mengikuti perkembangan zaman dikarenakan humas dahulu dan sekarang, masih sama-sama bekerja sebagai penyalur informasi dan mengelola opini publik yang baik serta menjadi penerjemah keinginan publik kepada instansi.

⁵ M A S Ritonga, S Monang, and A A Azhar, "Peran Humas Madrasah Dalam Mengembangkan Brand Image: Studi Kasus Humas Man Labuhanbatu," *Berajah Journal* (2022): 979–988.

Melalui program madrasah dan kegiatan sekolah, manajemen humas dalam meningkatkan citra positif harus memastikan beberapa kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat memerlukan dukungan dan peran serta orang tua siswa dan masyarakat untuk mencapai tujuan kegiatan madrasah. Dengan terjalinnya hubungan yang harmonis antara madrasah dengan masyarakat maka madrasah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Jika lembaga pendidikan dapat diterima dengan baik ditengah-tengah masyarakat maka citranya akan meningkat. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 pasal 7 ayat 1 yang berbunyi bahwa orang tua berhak berperan serta dalam memilih satuan pendidikan dan memperoleh informasi tentang perkembangan pendidikan anaknya.⁶ Oleh sebab itu, madrasah dituntut memberikan layanan informasi pendidikan dan informasi kegiatan yang ada di madrasah.

Manajemen hubungan masyarakat merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku pada semua jenis organisasi atau sekolah, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan.⁷ Manajemen hubungan masyarakat memang sangat penting dalam semua jenis organisasi, termasuk lembaga pendidikan seperti madrasah. Humas dalam konteks pendidikan memiliki peran yang sangat krusial, baik dari perspektif internal maupun eksternal. Di dalam lembaga pendidikan, peran humas bukan hanya terbatas pada pengelolaan informasi, tetapi juga memastikan komunikasi yang efektif antara sekolah dan semua pihak terkait. Dari perspektif internal, humas berfungsi sebagai mediator antara staff, siswa, dan pihak administrasi. Mereka membantu memperkuat budaya sekolah, menyebarkan

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional

⁷ Morisaan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana, 2008), 6.

informasi terkait program-program pendidikan, serta mendukung keterlibatan aktif dalam kegiatan sekolah. Dari sisi eksternal, humas bertugas menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar, orang tua siswa, lembaga pemerintah terkait, dan mungkin juga mitra industri atau organisasi lain. Mereka membantu membangun citra baik sekolah, menyebarkan informasi tentang prestasi, kegiatan, dan nilai-nilai pendidikan yang diterapkan.

Partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi program pendidikan juga menjadi bagian integral dari manajemen hubungan masyarakat di madrasah. Kolaborasi dengan masyarakat lokal tidak hanya memperkuat dukungan terhadap lembaga pendidikan, tetapi juga memastikan bahwa program-program yang diselenggarakan lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Kemampuan lembaga pendidikan, termasuk madrasah, untuk menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sekitarnya dapat memberikan kontribusi besar terhadap kemajuan dan keberhasilan sekolah. Hubungan yang baik ini memungkinkan sekolah untuk mendapatkan dukungan, sumber daya, dan kesempatan kolaborasi yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang diselenggarakan.

Peran humas memiliki kepentingan yang besar dalam berbagai jenis organisasi, termasuk dalam ranah pendidikan. Menurut Rosady Ruslan peran utama humas yakni sebagai *communicator*, *relationship*, *back up management*, dan *corporate image*.⁸ Selanjutnya Zulkarnaeni Nasution mengemukakan peran humas di lembaga pendidikan yakni membina hubungan harmonis serta komunikasi dua

⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 10.

arah kepada publik internal dan eksternal.⁹ Oleh karena itu, peran humas dalam lembaga pendidikan merupakan penghubung atau komunikator antara lembaga pendidikan dengan masyarakat yang berupaya untuk menciptakan citra atau pandangan positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan serta melaksanakan kerja sama yang baik demi terjalinnya hubungan yang harmonis antara lembaga dengan masyarakat.

Humas disini bertindak untuk mendukung hubungan yang baik dengan masyarakat, membantu mendapatkan dukungan masyarakat yang diperlukan dalam menciptakan lulusan yang memiliki keterampilan profesional sesuai dengan kebutuhan saat ini, dan mampu bersaing di dunia kerja atau pendidikan yang lebih tinggi. Keterkaitan antara madrasah dan masyarakat menjadi langkah nyata dalam menyebarkan informasi dan memberikan penjelasan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai tugas dan fungsi organisasi pendidikan.¹⁰ Untuk itu dibutuhkan peran hubungan masyarakat (humas) untuk menjembatani antara sekolah dengan masyarakat.

Kegiatan hubungan masyarakat di sebuah lembaga pendidikan tidak hanya terbatas pada interaksi antara sekolah dan orang tua, tetapi juga melibatkan hubungan dengan masyarakat secara lebih luas, termasuk menjalin koneksi dengan individu-individu yang peduli terhadap pendidikan serta lembaga pemerintah. Hal ini karena dalam proses pendidikan, komunikasi yang baik perlu dibangun dengan semua segmen masyarakat, agar lembaga pendidikan dapat diterima dengan baik

⁹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya* (Malang: UMM Press, 2010), 4.

¹⁰ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 280.

oleh masyarakat secara umum dan agar pelaksanaannya dapat berjalan secara efisien dan efektif.

Lembaga pendidikan memerlukan citra yang baik agar mendapatkan penghargaan dari masyarakat dan juga mencapai reputasi serta prestasi yang diinginkan dalam bidang hubungan masyarakat. Oleh karena itu, menjaga citra lembaga sangat krusial untuk mempertahankan pandangan yang positif dari publik. Secara umum, citra mencakup kumpulan keyakinan, gagasan, dan impresi yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal tertentu. Cara seseorang bertindak dan bersikap terhadap sesuatu akan dipengaruhi oleh gambaran yang dimilikinya terhadap objek tersebut yang mencerminkan sisi terbaiknya.¹¹ Citra pada lembaga pendidikan tidak hanya menyangkut reputasi *output*, namun keseluruhan dari pengelolaan lembaga pendidikan tersebut mulai dari *input*, proses hingga *output*.

Citra menjadi krusial bagi lembaga karena menjadi faktor yang memengaruhi bagaimana masyarakat menilai dan memberikan penghargaan serta mencapai reputasi yang diinginkan dalam bidang hubungan masyarakat. Oleh karena itu, menjaga citra lembaga menjadi esensial agar tetap positif di mata publik, baik dari internal maupun eksternal. Menurut Kotler, citra adalah rangkaian keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki individu terhadap suatu objek, yang secara signifikan memengaruhi cara individu berperilaku dan bereaksi terhadap objek tersebut. Dengan demikian, keyakinan, ide, dan kesan seseorang memiliki dampak besar terhadap sikap, perilaku, serta tanggapan yang mungkin ditunjukkan.¹²

¹¹ Rosady Ruslan, *Public Relation Dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 80.

¹² Philip Kotler, *B2B Brand Management* (Berlin: Springer, 2006), 26.

Oleh sebab itu, citra positif harus dijalankan secara efektif melalui hubungan yang seimbang dengan publik, karena citra lembaga mencerminkan esensi identitasnya. Citra lembaga terbentuk dari beragam faktor, termasuk reputasi akademis atau kualitas pendidikan yang dapat ditingkatkan dengan peningkatan kinerja kepala madrasah, guru, dan staff yang terlibat, pembentukan jaringan organisasi yang solid bagi guru dan orang tua siswa, serta perancangan kurikulum yang transparan untuk menghasilkan lulusan yang unggul. Untuk menjaga citra ini, pentingnya peran hubungan masyarakat sebagai penghubung yang membawa informasi tentang lembaga kepada masyarakat sangatlah penting.

Dalam konteks institusi pendidikan atau sekolah, konsep unggul dapat diasosiasikan dengan Madrasah. Ini memicu semangat baru dan keinginan untuk berinovasi di lingkungan pendidikan, khususnya Madrasah, dengan tujuan meningkatkan kualitas sekolahnya dan menjadi yang terdepan dibandingkan dengan institusi lain. Upaya ini menekankan bahwa Madrasah tidak hanya perlu memiliki hasrat dan aspirasi, tetapi juga perlu memiliki semangat pencapaian dan terus-menerus berkinerja tinggi untuk mencapai keunggulan dalam segala aspeknya.¹³

Dengan demikian madrasah unggulan mampu mengubah citra Madrasah menjadi lebih baik dan bisa menunjukkan kualitasnya dikalangan lembaga pendidikan pada umumnya. Program yang dicanangkan pemerintah ini merupakan langkah positif untuk mensejajarkan kualitas Madrasah dengan sekolah umum, baik

¹³ Makmuri Sukarno, "Mengembangkan Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia (Developing Insan Cendekia High School To Address Modernisation , Democracy , and Globalisation Challenges)," *Jurnal Kependudukan Indonesia* 9, no. 2 (2014): 119–137.

manajemennya maupun output yang dihasilkan, sehingga memiliki nilai lebih yang selalu dicari lulusannya dan didamba-dambakan masyarakat.

Dalam hal kualitas, seiring dengan munculnya madrasah baru dengan pendekatan yang beragam di berbagai wilayah di Indonesia, juga mendorong hadirnya madrasah-madrasah yang dianggap oleh masyarakat sebagai pilihan utama atau madrasah yang terkemuka. Hal ini karena secara nyata, madrasah-madrasah pilihan tersebut memiliki keunggulan pendidikannya.¹⁴ Salah satu madrasah unggulan adalah Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, Jawa Timur.

Keberhasilan madrasah-madrasah elit ini mendorong Departemen Agama untuk mengembangkan model madrasah di berbagai kota. Saat ini, terdapat 57 Madrasah Tsanawiyah Model dan 35 Madrasah Aliyah Model yang dikembangkan di seluruh provinsi di Indonesia. Dalam mewujudkan program ini, Departemen Agama merencanakan peningkatan fasilitas, perlengkapan, materi pengajaran, manajemen, dan pelatihan staf pengajar untuk madrasah negeri yang strategis lokasinya. Madrasah model ini bertindak sebagai percontohan standar pengembangan bagi semua madrasah, baik negeri maupun swasta. Selain itu, madrasah-madrasah model diharapkan menjadi pusat sumber daya pendidikan bagi madrasah di sekitarnya. Mereka juga diharapkan mampu menunjukkan filosofi, ide, prinsip, sistem, dan metode pengajaran yang efektif serta pola pembelajaran siswa yang berorientasi pada aktivitas guna menjamin pencapaian prestasi yang lebih optimal.¹⁵ Diantara madrasah model yang diprogramkan Departemen Agama

¹⁴ Mulyono, "Mewujudkan Keunggulan Madrasah" II, no. 1 (2009).

¹⁵ Mulyono, "Mewujudkan Keunggulan Madrasah."

tersebut yang kini telah berkembang khususnya di Jawa Timur yaitu Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

Lembaga pendidikan yang terus berkelanjutan pasti terlibat dalam manajemen hubungan masyarakat. Tugas manajemen hubungan masyarakat dalam merancang strategi untuk memelihara citra madrasah tidaklah sederhana agar reputasi madrasah tetap terjaga. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Malang merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam favorit yang ada di Kota Malang. Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang menawarkan inovasi pengembangan minat dan bakat peserta didik melalui program unggulan yang melahirkan banyak prestasi di tingkat nasional dan internasional. Eksistensi madrasah ini terus terjaga dari tahun ke tahun, sehingga masyarakat tetap memiliki kepercayaan kepada madrasah. Banyak orang tua atau masyarakat yang mengharapkan agar anak-anak mereka melanjutkan pendidikan dari Madrasah Tsanawiyah ke Madrasah Aliyah ini. Oleh karena itu, madrasah harus memberikan layanan pendidikan yang berkualitas tinggi dan mengelola sekolah secara transparan, bertanggung jawab, dan demokratis. Hal ini terjadi karena komunikasi yang efektif antara madrasah dan masyarakat terjaga dengan baik. Selain itu, eksistensi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang terjaga dengan baik karena hubungan yang harmonis antara para alumni terus terjalin dari satu tahun ke tahun berikutnya.¹⁶

Melalui salah satu program unggulan yang hanya ada di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang yakni MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA). Dimana program ini didesain Madrasah untuk memberikan layanan kepada peserta didik mendapatkan beragam akses terhadap program beasiswa ke luar negeri, baik

¹⁶ Alifia Rohani, "Manajemen Pengembangan Program Unggulan Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Malang," *Ulul Amri : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2022): 126–141.

melalui pertukaran pelajaran atau studi lanjut. Program unggulan MADU MANJA ini sudah berjalan lebih dari lima tahun di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dirancang sebagai layanan dan akses terhadap program internasional antara lain klub bahasa asing dan program persiapan TOEFL yang diberikan kepada semua peserta didik kelas X dan XI. Program ini bertujuan memberi penguatan bekal yang baik dalam mendukung peserta didik ketika harus berkompetisi pada program-program internasional. Dengan komitmen yang kokoh, visi yang jelas, strategi yang tepat, dan kemampuan untuk beradaptasi, sebuah madrasah memiliki potensi besar untuk mencapai prestasi bertaraf internasional melalui program MADU MANJA.¹⁷

Hal inilah yang kemudian menjadi penting untuk diteliti, mengingat di masa sekarang ini lembaga pendidikan tidak bisa melepaskan diri dari sorotan publik dan harus berinteraksi secara sosial dengan intensitas lebih tinggi demi menjaga eksistensinya. Dengan kata lain citra merupakan sebuah madrasah dan representasi yang baik yang perlu dimiliki oleh madrasah untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Pentingnya citra memengaruhi bagaimana masyarakat melihat dan percaya pada lembaga tersebut. Dengan citra yang positif, madrasah dapat memperoleh dukungan luas dari berbagai pihak, membangun hubungan yang baik, dan menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih produktif. Komunikasi menawarkan hubungan masyarakat memberi peluang untuk membentuk kinerja ke arah yang lebih strategis. Karena komunikasi yang tidak tepat bisa memberikan pengaruh negatif terhadap persepsi yang dimiliki oleh konsumen dalam sebuah instansi.

¹⁷ <https://man2kotamalang.sch.id/> diakses pada 20 Desember 2023, Pukul 11.45 WIB

Bagi peneliti, penelitian ini menarik dan layak untuk diteliti. Karena di era sekarang ini, citra madrasah yang mana tidak bisa lepas dengan tugas humas. Serta dengan adanya program humas yaitu MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) yang hanya dimiliki oleh Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, yang hadir sebagai penghubung untuk lebih dekat dengan publiknya baik yang berskala nasional maupun internasional dengan strategi yang efektif untuk menghasilkan citra yang positif bagi lembaga pendidikan. Ditambahkan dengan lokasi penelitian yang merupakan salah satu lembaga pendidikan yang cukup terkenal dengan citranya yang baik, dan dengan adanya hal tersebut apakah mempengaruhi terhadap perkembangan dan peningkatan hubungan masyarakat di lembaga pendidikan islam.

Berdasarkan fokus pada manajemen humas yang kuat dan program yang efektif, lembaga pendidikan mampu memperkuat citra mereka di mata masyarakat, meningkatkan daya tarik bagi calon siswa, dan mempertahankan dukungan dari stakeholders serta masyarakat sekitar. Hal ini membantu lembaga pendidikan membangun reputasi yang kuat, menginspirasi kepercayaan, dan mempertahankan kredibilitasnya di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia pendidikan. Dalam hal ini, citra madrasah merupakan sebuah cerminan identitas suatu madrasah dan reputasi positif yang harus dimiliki oleh madrasah untuk menarik simpati masyarakat. Maka, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan masalah penelitian dengan judul “Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang” adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang?
2. Bagaimana pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang?
3. Bagaimana evaluasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang?
4. Bagaimana implikasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Mendiskripsikan dan menganalisis perencanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU

MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

2. Mendiskripsikan dan menganalisis pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.
3. Mendiskripsikan dan menganalisis evaluasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.
4. Mendiskripsikan dan menganalisis implikasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian tersebut dapat memberi manfaat secara komprehensif tentang manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Kemudian manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Secara Teoritis
 - a. Memberikan sumbangan kontribusi akademik dan sumbangan keilmuan terhadap pengembangan ilmu manajemen pendidikan

islam, khususnya manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

- b. Sebagai referensi peneliti-peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi lembaga pendidikan, sebagai bahan masukan yang konstruktif dalam mendiskripsikan dan menganalisis manajemen hubungan masyarakat Melalui program unggulan untuk peningkatan citra positif di lembaga pendidikan.
- b. Bahan masukan bagi kepala madrasah, waka humas, staf penjaminan mutu, dan guru, serta khususnya tenaga humas dalam membangun citra madrasah melalui program unggulan.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan input bagi para praktisi dan peneliti pendidikan dalam rangka kontribusi kajian ilmiah untuk peningkatan kualitas tentang manajemen hubungan masyarakat melalui program unggulan untuk peningkatan citra positif di lembaga pendidikan.
- d. Bagi para pengambil kebijakan, sebagai salah satu acuan dalam mengambil kebijakan tentang manajemen hubungan masyarakat melalui program unggulan untuk peningkatan citra positif di lembaga pendidikan.

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Dengan adanya penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengevaluasi sejauh mana keunikannya dan posisi penelitian yang akan dilakukan. Bagian ini melibatkan pengidentifikasian berbagai referensi dari literatur yang ada dalam studi-studi sebelumnya, yang dapat menjadi pedoman dalam penelitian ini.

1. Disertasi Rahmad Azazi Rhomantoro (2023)¹⁸ meneliti tentang “Manajemen Public Relation dalam meningkatkan citra Perguruan Tinggi Islam di Provinsi Kalimantan Timur: Studi multikasus Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris dan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) konsep manajemen Public Relation dilakukan melalui perencanaan strategis PR dengan (a) mengembangkan berbagai sumberdaya secara terpadu melalui peran dan fungsi PR perguruan tinggi dalam membangun komunikasi dan interaksi positif untuk menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap program dan reputasi Perguruan Tinggi sesuai karakteristik dan keunggulannya. (b) proses manajemen PR meliputi, analisis kebutuhan menyeluruh terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PR di perguruan tinggi Islam dengan mengidentifikasi masalah Centre point, merumuskan program kerja sesuai visi misi, analisis situasi kondisi (waktu, kegiatan, level, tempat, dan biaya), membentuk tim PR sesuai kebutuhan dan

¹⁸ Rahmad Azazi Rhomantoro, “*Manajemen Public Relation dalam meningkatkan citra Perguruan Tinggi Islam di Provinsi Kalimantan Timur: Studi multikasus Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris dan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*”. (Doctoral Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023).

fungsi, serta melakukan evaluasi penetapan standar secara berkala dengan metode supervisi, monitoring, serta laporan hasil capaian kegiatan PR; (2) Implementasi manajemen PR melalui brand image perguruan tinggi Islam dengan fokus pada brand awareness, dan campus value. Melalui pelayanan unggul dan penggunaan media efektif (elektronik, televisi, radio, sosial media, website, media cetak), serta strategi publikasi dan sosialisasi melalui prestasi, kerjasama dengan institusi dan jaringan alumni, dengan program inovatif melalui komunikasi dua arah; (3) dampak manajemen PR ada pada peningkatan jumlah mahasiswa, peningkatan popularitas, kerjasama dan perolehan penghargaan serta tingkat pengakuan institusi. Berdasarkan temuan substantif tersebut, peneliti memformulasikan model I-REACH: Islamic Reputation Enhancement through Advanced Communication and Public Relations.

2. Slamet Riadi (2021)¹⁹ meneliti tentang “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra di Madrasah Aliyah Syarifuddin Kedungjajang Lumajang 2020/2021”. Hasil penelitian ini adalah: 1) perencanaan humas dilakukan sejak awal karena segala sesuatunya ditetapkan. 2) Pelaksanaan humas dilakukan setelah perencanaan sudah dilaksanakan dan telah melibatkan semua pengelola madrasah seperti kepala madrasah, waka kurikulum kesiswaan, waka humas, ekstrakurikuler kanit BK serta pihak pembantu dan pendukung kegiatan

¹⁹ Slamet Riadi, “*Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra di Madrasah Aliyah Syarifuddin Kedungjajang Lumajang 2020/2021*”. (Master Thesis, IAIN Jember, 2021)

madrash. 3) evaluasi bertujuan mengoreksi, melihat ulang, kegiatan Madrasah Aliyah Syarifuddin Kedungjajang Lumajang yang sudah terlaksana dengan baik sesuai rencana apa kurang maksimal. Dalam kegiatan evaluasi ini akan dapat mengetahui hambatan-hambatan, kendala, dan kekurangan yang terjadi dalam proses pelaksanaan kegiatan humas.

3. Aji Wahyudin (2023)²⁰ meneliti tentang “Manajemen Public Relations Melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo”. Hasil Temuan dan analisis penelitian menunjukkan bahwa 1) Perencanaan pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan animo masyarakat dimulai dengan menetapkan tujuan pemanfaatan media sosial sebagai peningkatan animo masyarakat kemudian mengatur strategi yang relevan dan efektif dengan analisis masalah dan strategi penetapan sasaran, teknik publikasi, waktu publikasi serta desain publikasi dan merencanakan ketertiban publikasi. 2) Pelaksanaan pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan animo masyarakat sudah dilakukan secara maksimal, melalui pengelolaan media sosial sebagai pusat informasi, tim yang bekerja sesuai dengan tugas, komunikasi dan koordinasi yang baik, fasilitas yang memadai, penentuan konten dan pengelolaan waktu publikasi, kerjasama dengan media lain serta pemeriksaan publikasi. 3) Evaluasi pemanfaatan media

²⁰ Aji Wahyudin, “*Manajemen Public Relations Melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo*”, (Master Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023).

sosial dalam meningkatkan animo masyarakat telah berhasil secara efektif. Dengan pencapaian target yang sesuai, keberhasilan meningkatkan keterlibatan masyarakat serta publikasi yang efektif dan efisien. 4) Implikasi pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan animo masyarakat telah membawa dampak positif yang meliputi peningkatan jangkauan, penyebaran informasi yang efektif dan efisien, keterlibatan aktif, dan penguatan citra positif.

4. Hasan Baharun (2019)²¹ meneliti tentang “*Management information systems in education: the significance of e-public relation for enhancing competitiveness of higher education*”. Penelitian ini mengkaji tentang sistem informasi manajemen untuk meningkatkan daya saing perguruan tinggi melalui e-public Relations. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sistem informasi manajemen untuk meningkatkan daya saing Universitas Nurul Jadid melalui e-Public Relations muncul pada; mempercepat komunikasi dan informasi timbal balik, penyampaian pesan dengan berbagai teknik dan media, memberikan daya tarik kepada pelanggan, menghemat biaya operasional, dan meningkatkan partisipasi masyarakat.
5. Nurul (2018)²² meneliti tentang “Strategi Manajemen Humas dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah”. Penelitian ini

²¹ Hasan Baharun, “Management Information Systems in Education : The Significance of e-Public Relation for Enhancing Competitiveness of Higher Education,” *Journal of Physics: Conference Series* 1175, no. 1 (2019).

²² Nurul, “Strategi Manajemen Humas Dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah,” *Jurnal AL-Tanzim* 2, no. 1 (2018).

menjelaskan tentang konsep, prinsip, peran humas juga bagaimana strategi manajemen humas dalam menyampaikan program unggulan madrasah. Hasil penelitian menunjukkan terkait manajemen humas dalam menyampaikan keunggulan-keunggulan yang ada pada madrasah bertujuan khusus untuk menjawab sebuah permasalahan yakni: (1) Manajemen Humas dalam meningkatkan mutu madrasah, dan (2) Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam manajemen humas. Dalam hal ini, faktor pendukung manajemen humas: a) Sumber daya manusia (SDM) guru yang mempunyai motivasi dan kinerja tinggi serta usia rata-rata masih muda, b) Madrasah yang berada di bawah Yayasan c) Tingginya prestasi madrasah, d) Tingginya animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke Madrasah e) pemangku kepentingan pendukung kegiatan madrasah seperti kerjasama dengan penerbit buku ajar Erlangga, LKS Sansekerta Jakarta, Bank Syariah Mualamat, Bank Syariah Mandiri, Dannis Surabaya dalam pengadaan seragam Madrasah serta Yayasan Ummi Surabaya di Qiraati Al Qur'an, f) lokasi madrasah yang strategis. Kemudian faktor penghambat dalam manajemen kehumasan adalah belum adanya sub bagian atau kepala urusan (kaur) yang khusus menangani kehumasan sehingga program kehumasan belum berjalan maksimal dan tingkat partisipasi orang tua dalam program kehumasan belum maksimal.

6. Titik Rusyanti (2021)²³ meneliti tentang “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah”. Penelitian ini

²³ Titik Rusyanti, Yaser Arafat, and Destinar, “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah,” *Jurnal Educatio* 7, no. 3 (2021): 753–762.

menjelaskan tentang keberhasilan suatu sekolah dalam membangun citra di masyarakat dibutuhkan penerapan fungsi manajemen humas yang baik, mempunyai perencanaan humas yang jelas dengan menyusun progam kerja. Adanya citra positif sekolah yang telah menjadi harapan sekolah untuk para siswa. Maka citra sekolah untuk siswa tersebut berimplikasi pada peningkatan jumlah siswa yang mendaftar. Kemudian dari citra positif sekolah juga berimplikasi pada daya saing sekolah.

Untuk lebih memudahkan dalam melihat persamaan dan perbedaanya, peneliti memaparkannya dalam sebuah tabel.

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian

No	Nama, Tahun, Judul, Jenis, Penerbit	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	Rahmad Azazi Rhomantoro, (2023) <i>Manajemen Public Relation dalam meningkatkan citra Perguruan Tinggi Islam di Provinsi Kalimantan Timur: Studi multikasus Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris dan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur</i> . Doctoral thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.	Penelitian ini sama membahas tentang manajemen hubungan masyarakat dan citra positif	Penelitian ini memfokuskan citra di perguruan tinggi sedangkan peneliti memfokuskan pada satu program kerja yang bertaraf internasional yaitu MADU MANJA serta citra madrasah	Penelitian yang akan peneliti lakukan berorientasi pada manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra
2	Slamet Riadi, (2021). <i>“Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra di Madrasah Aliyah Syarifuddin Kedungjajang Lumajang 2020/2021”</i> .	Penelitian ini sama membahas tentang manajemen hubungan masyarakat dan citra positif	Peneliti memfokuskan pada satu program kerja yang bertaraf internasional yaitu MADU MANJA	Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Dengan batasan perencanaan, pelaksanaan,

No	Nama, Tahun, Judul, Jenis, Penerbit	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
	Master Thesis. IAIN Jember			evaluasi, dan implikasi.
3	Aji Wahyudin, (2023) <i>Manajemen Public Relations melalui pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan animo masyarakat di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo</i> . Masters thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.	Penelitian ini sama membahas tentang manajemen hubungan masyarakat	Penelitian ini memfokuskan pemanfaatan media dalam animo masyarakat sedangkan peneliti memfokuskan pada satu program kerja yang bertaraf internasional yaitu MADU MANJA serta citra madrasah	
4	Hasan Baharun, (2019). " <i>Management information systems in education: the significance of e-public relation for enhancing competitiveness of higher education</i> " <i>Journal of Physics: Conference Series</i>	Penelitian ini sama membahas tentang manajemen hubungan masyarakat	Penelitian ini memfokuskan manajemen humas berbasis sistem informasi sedangkan peneliti memfokuskan pada satu program kerja yang bertaraf internasional yaitu MADU MANJA serta citra madrasah	
5	Nurul. (2018). " <i>Strategi Manajemen Humas dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah</i> ". Jurnal Al-Tanzim	Penelitian ini sama membahas tentang manajemen hubungan masyarakat	Penelitian ini memfokuskan strategi humas terhadap program unggulan madrasah sedangkan peneliti memfokuskan pada satu program kerja	

No	Nama, Tahun, Judul, Jenis, Penerbit	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
			yang bertaraf internasional yaitu MADU MANJA serta citra madrasah	
6	Titik Rusyanti, Yaser Arafat, and Destinar, (2021). "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah," <i>Jurnal Educatio</i> 7, no. 3.	Penelitian ini sama membahas tentang manajemen hubungan masyarakat dan citra madrasah	Peneliti memfokuskan pada satu program kerja yang bertaraf internasional yaitu MADU MANJA	

F. Definisi Istilah

Manajemen humas untuk peningkatan citra madrasah merupakan serangkaian langkah yang mengatur interaksi dengan masyarakat, baik yang terjadi di dalam maupun di luar lembaga pendidikan, dengan tujuan menjaga serta mengembangkan citra tersebut. Penegasan istilah tersebut ditujukan untuk menghindari kesalahfahaman pada konsep dan pengertian, sehingga penulis memberikan penjelasan secara global dari beberapa istilah yang terdapat di dalam penelitian ini, yaitu

1. Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Hubungan merupakan keadaan dimana dua atau lebih pihak atau entitas terhubung satu sama lain melalui berbagai bentuk interaksi atau keterkaitan.

3. Masyarakat merupakan sekumpulan individu yang hidup bersama dalam suatu wilayah atau lingkungan tertentu, yang terikat oleh aturan, norma, nilai, dan kebudayaan yang sama, serta berinteraksi secara terus-menerus.
4. Citra merupakan gambaran atau persepsi yang terbentuk dalam pikiran individu atau kelompok tentang suatu objek, entitas, atau organisasi.
5. Madrasah merupakan lembaga pendidikan yang berfokus pada pengajaran agama Islam serta ilmu-ilmu umum.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Hubungan Masyarakat

1. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat

Sebelum mempelajari teori konsep manajemen hubungan masyarakat lebih dalam, perlu untuk memahami konsepnya secara terperinci. Manajemen hubungan masyarakat apabila dirincikan, terdiri dari kata “manajemen”, “hubungan masyarakat”, dan “manajemen hubungan masyarakat”, yang masing-masing memiliki konsep dasar yang perlu dipahami.

Secara etimologi, manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola atau mengatur. Secara terminologi adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan daya manusia dan sumber-sumber lainnya.²⁴

Menurut George R. Terry manajemen adalah "Suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya". Dari definisi tersebut Terry bisa melihat fungsi manajemennya sebagai POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Penempatan manusia (staffing) sangat penting dalam

²⁴ Andang, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Konsep Strategi, Dan Inovasi Menuju Sekolah Efektif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 21.

penyelenggaraan kegiatan manajemen humas. *The right man in the right place*, penempatan orang yang tepat pada tempat yang tepat dalam organisasi, membuat kelangsungan aktivitas organisasi tersebut akan terjamin. Sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara produktif, efektif dan efisien.²⁵

Menurut Henry L. Sisk mendefinisikan bahwa, "*Management is the coordination of all resources through the processes of planning, organizing, directing, and controlling in order to attain stated objectives.*"²⁶ Artinya, manajemen adalah mengkoordinasikan semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisaian, penggerakan, dan kontrol guna mencapai tujuan secara obyektif. Sedangkan Sondang P. Siagian dalam bukunya Filsafat Administrasi mendefinisikan manajemen merupakan proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka pererapan tujuan²⁷. Adapun pengertian manajemen menurut Miller, sebagaimana yang dikutip oleh Sufyarman, M, mengemukakan tentang manajemen sebagai berikut: "*Management is the process of directing and facilitating the work of people organized in formal group to achieve a desired goal*".²⁸

Berdasarkan definisi tersebut di atas, dapat dirumuskan bahwa manajemen merupakan proses pengarahan dan kerjasama antar individu dan kelompok serta pemanfaatan sumberdaya yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Yang kemudian ditarik pada konteks pendidikan, manajemen

²⁵ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012).

²⁶ Henry L Sisk, *Principles of Management: A Systems Approach to the Management Process* (South-western Publishing Company, 1969), 10.

²⁷ Sondang P Siagian, *Filsafat Administrasi*, Revisi. (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

²⁸ M Sufyarman, *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2003), 189.

pendidikan adalah kegiatan mengelola, mengarahkan, serta pendayagunaan sumberdaya yang ada untuk mencapai tujuan dari pendidikan yang berkualitas.

Humas sering kita persamakan dengan istilah Bahasa asingnya dengan istilah *Public Relations*. Istilah hubungan masyarakat (humas) dikenalkan pertama kali oleh Thomas Jefferson (mantan Presiden Amerika Serikat) pada tahun 1807. Humas pada waktu itu dikaitkan dengan istilah “*foreign relations*” yang berarti hubungan kerjasama luar negeri atau antar bangsa.

Secara etimologis, “hubungan masyarakat” diterjemahkan dari perkataan bahasa Inggris *public relations*, yang berarti hubungan sekolah dengan masyarakat ialah hubungan timbal balik antara suatu organisasi (sekolah) dan masyarakat. Namun, terdapat beberapa teori tentang komunikasi yang dirumuskan oleh beberapa ahli, diantaranya adalah:

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari, kesalahpahaman, dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.²⁹

Manajemen Humas erat kaitanya dengan komunikasi dan saling mengenal satu sama lain karena sebuah lembaga pendidikan memerlukan perluasan relasi dan hubungan baik dengan lembaga lain juga dengan seluruh masyarakat karena itu merupakan salah satu penentu kemajuan sebuah lembaga

²⁹ Novan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas Di Sekolah* (Yogyakarta: Gava Media, 2019), 50.

pendidikan untuk lebih unggul dengan cara menjalin komunikasi dengan baik, baik hubungan akademik maupun hubungan kolegal, hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujurat Ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Terjemahnya : “Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti.”³⁰

Kata yang menjadi fokus dalam ayat tersebut adalah dari kata “*habl*” yang artinya adalah hubungan. Bila dilihat tafsiran ayat tersebut dari Tafsir Qurtuby, *lafadz hablun minAllah* adalah orang-orang yang berpengang teguh pada tali Allah dengan maksud orang yang berurusan dengan Tuhan saja. Kata *hablun minal-nas* sendiri adalah membayar pajak pada orang mu'min dan yang dimaksud dengan *annas* sendiri adalah Nabi Muhammad serta orang-orang mu'min yang menyiapkan hak-hak dan memberikan keamanan pada orang kafir. Maksudnya adalah semua hal yang berurusan dengan manusia bisa *hablun minal-nas*.³¹

Berdasarkan pengertian di atas, hubungan masyarakat merupakan salah satu bidang dari manajemen untuk berkomunikasi dengan pihak lain terutama pihak luar dalam rangka untuk memberikan informasi, meraih citra positif, dan membangkitkan ketertarikan dengan pihak lain untuk mewujudkan kerjasama

³⁰ Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag* (Online: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022), <https://quran.kemenag.go.id/>.

³¹ Ahmad Muhammad bin Qurtubi, *Al-Jāmi' Li Ahkām Al-Qur'an* (Bairut Libnan: Muassasah al-Risālah, 2006).

dalam mencapai keuntungan kedua belah pihak ataupun timbal balik yang positif.

Dengan demikian makna manajemen hubungan masyarakat adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi *trend*, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama.³² Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen hubungan masyarakat adalah proses pengaturan/pengelolaan tentang hubungan masyarakat (internal dan eksternal) berkaitan dengan citra madrasah, agar *image* dan kualitas tetap mendapat perhatian masyarakat, bahkan mengalami perubahan dan pengembangan.

2. Peran Manajemen Hubungan Masyarakat

Dalam struktur sebuah lembaga biasanya terdapat Kepala sekolah, waka, guru, staf, serta komite sekolah. Yang mana semua memiliki peran sesuai kedudukannya masing-masing. Sama halnya dengan waka humas. Humas sebagai wakil kepala sekolah memiliki peran mengelola komunikasi dengan baik yang telah terjalin antara lembaga sekolah dan masyarakat. humas juga

³² Hepni, *Manajemen Public Relations Di Pondok Pesantren* (Lumajang: Lembaga Pengembangan Pendidikan, Agama, dan Sosial (LP3DI), 2022), 29.

berperan dalam menegakkan citra madrasah agar tidak menimbulkan kesalahan dalam memahami dan memaknai madrasah.³³

Peranan humas di lembaga pendidikan pada era modern saat ini sudah menjadi bagian yang sangat inti dan tidak bisa dipisahkan dengan pengelolaan lembaga pendidikan lainnya. Kehadiran humas menjadi nyawa yang bisa menghidupkan sebuah lembaga hingga memiliki citra yang baik di masyarakat. Apalagi saat ini telah banyak berdiri lembaga pendidikan mulai dari jenjang taman kanak-kanak hingga sekolah tinggi atau universitas.

Hadirnya sekolah tersebut tentunya menjadi tantangan baru dalam *membranding* sekolah agar masyarakat tetap mempercayakan pendidikan kepada lembaga kita. Di sinilah humas dituntut untuk dapat profesional dalam menyampaikan keadaan sekolah agar dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat atau pun orang tua peserta didik sehingga mendapatkan citra positif dari masyarakat.³⁴ Dalam prosesnya, humas harus selalu berinovasi dan mampu menyesuaikan perkembangan dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Agar usaha dan kinerja positif sekolah dapat diketahui oleh public, serta informasi yang diterima oleh masyarakat luas merupakan keadaan yang senyatanya.

Terdapat 4 (empat) peran humas sekolah, diantaranya adalah sebagai:

1) penghubung, 2) pengomunikasi, 3) pendukung, dan 4) publikator. Keempatnya akan diuraikan berikut ini.

a. Penghubung

³³ Juhji, Febrianty, Nurhana Marantika, dkk. *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), 9.

³⁴ Juhji, Febrianty, Nurhana Marantika, *Manaj. Humas Sekol.*

Humas sekolah berperan sebagai penghubung antara sekolah (kepala sekolah, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan) dengan masyarakat (orang tua peserta didik). Oleh karenanya, humas diharuskan memiliki keterampilan dalam: a) membangun hubungan yang baik antara sekolah yang diwakilinya dengan masyarakat, mengupayakan; b) menciptakan suasana saling percaya dan pengertian antara sekolah dengan masyarakat; c) menciptakan kerjasama dan toleransi antara sekolah dengan masyarakat. Keberadaan humas menjadi penting dalam menghubungkan dan menyambungkan program-program yang ditawarkan kepada orang tua peserta didik dengan harapan adanya dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyukseskan program sekolah.

b. Pengomunikasi

Secara individu, pendidik yang ditugasi menjadi humas sekolah harus memiliki kemampuan dalam komunikasi baik lisan maupun tulisan, langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak atau pun elektronik. Komunikasi sekolah dengan orang tua peserta didik juga bisa melalui whatsapp group online. Kepala sekolah selaku manajer dapat membe-rikan tugas kepada guru yang dipercaya mampu menjadi humas sekolah untuk menjadi admin dalam whatsapp group online sekolah. Perannya, sebagai komunikator.

c. Pendukung

Humas sekolah merupakan pendukung program sekolah. Artinya, keberadaannya akan dipandang penting manakala berperan sesuai perannya secara baik. Banyaknya program yang ditawarkan sekolah kadang tidak

mendapat dukungan dari orang tua peserta didik. Hal ini dimungkinkan karena kurang optimalnya peran humas sebagai pendukung program sekolah sehingga tidak tersampaikan pesannya kepada orang tua peserta didik.

d. Publikator

Humas sekolah juga memiliki peran sebagai publikator, yakni orang yang diberi tugas untuk mempublikasikan hasil-hasil kegiatan sekolah kepada masyarakat. Publikasi tersebut bisa dilakukan melalui media cetak maupun online seperti Koran, bulletin, majalah, jurnal, website sekolah, media sosial (Facebook, Instagram, Whatsapp Group, line), dan sebagainya. Tujuan publikasi ini agar prestasi yang telah dicapai oleh peserta didik di sekolah dapat diketahui oleh orang tua mereka sehingga orang tua memiliki kepuasan dan kebang-gaan karena telah menitipkan anak-anaknya di sekolah tersebut.³⁵

Dalam hal ini, peran hubungan masyarakat di lembaga pendidikan sangat banyak, diantaranya memasarkan dan membangun *image* yang baik, agar masyarakat mampu percaya pada lembaga pendidikan tersebut. Selain itu hubungan masyarakat dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan mengelola hubungan yang baik dengan publik internal seperti warga sekolah karena hubungan yang baik dalam publik internal sangat dibutuhkan untuk mambangun dan menjaga lembaga itu sendiri. Selain dengan publik internal, hubunga masyarakat dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan menjaga hubungan yang baik dengan publik eksternal yaitu orang

³⁵ Juhji, Febrianty, Nurhana Marantika, dkk. *Manajemen Humas Sekolah*.

tua siswa, masyarakat, mitra kerja, antar sekolah, instansi pemerintah, dan lain-lain. Untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, hubungan masyarakat harus mampu menjaga hubungan baik tersebut. Hubungan masyarakat juga harus mampu mendengar keinginan dan opini masyarakat.³⁶

Peranan hubungan masyarakat di lembaga pendidikan ke depan antara lain:

- a. Membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti: dosen/guru, tenaga administrasi, dan siswa) dan hubungan kepada publik eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti: orang tua siswa, masyarakat, mitra kerja, antar sekolah, instansi pemerintah dan lain-lain).
- b. Membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan publik eksternal, dengan menyebar pesan, informasi, dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pimpinan.
- c. Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan yang terjadi, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.
- d. Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang disampaikan masyarakat.
- e. Bersikap terampil dalam menterjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.³⁷

³⁶ Zakirun Pohan, "Peran Humas Publik Relations Pada Bidang Pendidikan," *Jurnal Sintesa* 18, no. 1 (2018).

³⁷ Asep Soegiarto Wina Pustpita Sari, "Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan," *Jurnal Communicology* 7, no. 1 (2019).

Berdasarkan pemaparan di atas terkait peran manajemen hubungan masyarakat dalam lembaga pendidikan ke depan sangatlah penting dalam memperkuat interaksi yang efektif antara lembaga pendidikan dan lingkungannya. Hal ini meliputi upaya untuk meningkatkan transparansi komunikasi, membangun citra yang positif dan inklusif, serta memperluas jaringan keterlibatan dengan para pemangku kepentingan. Manajemen hubungan masyarakat akan fokus pada penerapan teknologi, strategi pemasaran yang lebih canggih, dan penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan pesan-pesan pendidikan. Masa depan manajemen hubungan masyarakat di lembaga pendidikan akan mengedepankan adaptabilitas, responsivitas, dan keterlibatan yang lebih erat dengan masyarakat untuk membangun kerjasama yang kuat demi kemajuan pendidikan.

3. Fungsi dan Tujuan Manajemen Hubungan Masyarakat

Berkaitan dengan fungsi manajemen humas, Zulkarnain Nasution merumuskan fungsi-fungsi manajemen humas dalam lembaga pendidikan sebagai berikut:

- a. Sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (melalui media) kepada pemimpin lembaga dan publik intern (guru, karyawan, siswa).
- b. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasikan lembaga pendidikan.

c. Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya.³⁸

Dari rumusan di atas dapat disimpulkan bahwasannya manajemen humas difungsikan sebagai media dalam menjembatani antara sekolah dan masyarakat yang nantinya sekolah sebagai lembaga sosial yang diselenggarakan dan dimiliki oleh masyarakat harus memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

Selain itu, fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen humas meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.³⁹ Sebagaimana berikut:

1) Perencanaan (*Planning*)

Pada dasarnya perencanaan (*planning*) adalah menentukan kegiatan yang hendak dilakukan, agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan. Perencanaan merupakan fungsi awal dari seluruh fungsi manajemen. Tanpa adanya perencanaan tidak dapat diketahui usaha yang dilakukan sudah mencapai target atau belum.

Perencanaan adalah kegiatan yang berkaitan dengan usaha merumuskan program yang didalamnya memuat segala sesuatu yang akan dilaksanakan, penentuan tujuan, kebijaksanaan, arah yang akan ditempuh, prosedur dan metode yang akan diikuti dalam usaha pencapaian tujuan.⁴⁰

Robbins dan Coulter seperti yang dikutip Mulyasa di dalam bukunya menyatakan "*planning is a process that involves defining the organization goals, establishing an overall strategy for achieving those*

³⁸ Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*.

³⁹ I Gusti Ngurah Putra, *Manajemen Hubungan Masyarakat* (Tangerang: Universitas Terbuka, 2008).

⁴⁰ Wiyani, *Manajemen Humas Di Sekolah*, 50.

goals and developing a comprehensive set of plans to integrate and coordinate organization work” atau perencanaan adalah sebagai sebuah proses yang ditandai dengan penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi.⁴¹

Hamzah B. Uno mengemukakan bahwa perencanaan adalah menyeleksi dan menghubungkan pengetahuan, fakta-fakta, imajinasi dan asumsi untuk masa yang akan datang dengan tujuan memvisualisasi dan memformulasi hasil yang diinginkan, urutan kegiatan yang diperlukan dan perilaku dalam batasbatas yang dapat diterima yang akan digunakan dalam penyelesaian.⁴²

Dari berbagai pengertian tersebut dapat dipahami bahwa perencanaan memuat unsur: (a) sesuatu yang berhubungan dengan masa depan; (b) seperangkat kegiatan; (c) proses yang sistematis; (d) hasil dan tujuan tertentu yang hendak dicapai. Intinya perencanaan adalah serangkaian proses menuju tujuan yang hendak dicapai. Perencanaan yang baik juga memiliki beberapa sifat, diantaranya:

a) Faktual

Perencanaan yang berdasarkan pertimbangan faktual, yakni berdasarkan pada hasil temuan dilapangan, fakta-fakta yang telah

⁴¹ E. Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 62.

⁴² Hamzah B. Uno, *Perencanaan Pembelajaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 1.

dikumpulkan dan dijadikan data serta diolah secara rasional dan jika perlu dikaji secara ilmiah.

b) Rasional

Perencanaan harus masuk akal, bukan merupakan angan-angan. Rasionalisasi terhadap berbagai fakta dan data dianalisis dengan cara mengklasifikasi permasalahan yang berkembang, menafsirkan data dan fakta, membandingkan antar fakta, menghubungkan antar pengertian, memutuskan dan menyimpulkan.

c) Fleksibel

Perencanaan tidak kaku, tetapi mengikuti perkembangan zaman dan perubahan situasi dan kondisi sehingga pelaksanaannya tidak terjebak dalam keadaan yang statis.

d) Berkesinambungan

Perencanaan dibuat secara kontinu, artinya berkelanjutan mengikuti kebutuhan organisasi dan tidak dibatasi oleh absolutisme ruang dan waktu.

e) Dialektis

Perencanaan harus dengan memikirkan peningkatan dan perbaikan-perbaikan untuk kesempurnaan masa yang akan datang. Perencanaan yang dialektik tidak terpaku pada pendekatan antithesis yang melawan arus perubahan dan perkembangan zaman, tetapi lebih mengutamakan pendekatan sintesis dan kompromistik terhadap

keadaan dengan tetap berprinsip pada prinsip-prinsip manajemen yang sudah ditetapkan.⁴³

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, perencanaan program humas tidak terlepas dari perencanaan program kerja secara keseluruhan yaitu:

- a) Identifikasi masalah
- b) Perumusan masalah
- c) Perumusan tujuan
- d) Analisis dan seleksi alternatif pemecahan masalah
- e) Identifikasi sumber penunjang/hambatan, untuk perumusan masalah, perumusan tujuan dan analisis seleksi alternatif pemecahan masalah.
- f) Penyusunan program
- g) Menyusun jadwal pertemuan dan kegiatan tahunan.⁴⁴

Dalam penyusunan perencanaan program humas, harus terdapat hubungan erat antara tujuan program yang ditetapkan dengan sasaran yang dituju dan strategi yang dipilih. Hal yang terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil yang dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya perencanaan harus benar-benar berpijak pada fakta. Fakta adalah kenyataan, baik berupa hal yang dilihat sendiri ataupun keterangan yang didapat dari sumber lain.⁴⁵

Untuk itu, diperlukan informasi mengenai hasil evaluasi humas pada

⁴³ Saefullah, *Manajemen Pendidikan Islam* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), 211–226.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Aditia Media, 2016), 367.

⁴⁵ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 23.

periode sebelumnya. Sehingga semua masalah yang muncul dan mungkin akan menghambat tujuan dapat di atasi. Selain berdasarkan fakta dan hasil evaluasi, perencanaan program humas juga membutuhkan komunikasi intensif antara pihak lembaga pendidikan dengan masyarakat guna menjalin kerjasama yang harmonis. Komunikasi itu dilakukan dalam rangka menentukan tujuan kerjasama, bentuk kerjasama dan bidang kerjasama yang akan dilakukan.

Jadi, perencanaan manajemen humas adalah serangkaian proses dalam menentukan tujuan dan menyusun program-program organisasi dalam membangun hubungan yang harmonis serta menumbuhkan rasa saling pengertian antara organisasi dengan masyarakat.

2) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pada tahap pelaksanaan ini merupakan perwujudan dari proses perencanaan yang telah ditetapkan bersama-sama. Sekolah menjalin komunikasi yang baik dan efektif dengan semua pihak yang terkait, kerja sama dengan lingkungan internal maupun eksternal, serta memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dengan penyediaan fasilitas untuk segala kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak sekolah. Setelah rencana cukup matang dan disetujui oleh pihak yang berwenang, maka rencana yang tersebut dilaksanakan. Dalam pelaksanaan kerja ini adalah mengoordinasikan antara: a) tenaga kerja, b) dana, c) alat kerja, d) lokasi dan lingkungan, e) waktu.⁴⁶

⁴⁶ M. Fahim Tharaba, *Manajemen Humas* (Malang: Dream Litera Buana, 2020), 15.

Pelaksanaan menurut George R. Terry berarti merangsang anggota-anggota kelompok melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Actuating artinya menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau dengan kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif.⁴⁷

Salah satu pelaksanaan manajemen humas yaitu dilakukan dengan cara komunikasi. Jika ditinjau dari segi komunikasi, maka dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Komunikasi Formal, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh petugas-petugas yang ditunjuk oleh lembaga atau instansi untuk melakukan kegiatan hubungan masyarakat. Kegiatan komunikasi formal ini dilakukan secara sistematis, terencana tujuannya dan dinyatakan dengan jelas,
- b) Komunikasi Informal, yaitu semua pemindahan gagasan atau ide yang dilakukan melalui jalur yang tidak direncanakan terlebih dahulu. Komunikasi informal kadang mempunyai keuntungan yaitu:
 - (1). Penyebaran informasi dapat langsung kepada tujuannya karena tidak usah melalui prosedur tertentu,
 - (2). Tidak mengenal batas-batas organisasi sehingga lebih fleksibel,

⁴⁷ Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*.

- (3). Komunikasi berlangsung dalam suasana yang akrab, dengan lebih banyak penjelasan yang rinci yang akhirnya bermanfaat bagi kelancaran komunikasi formal,
- (4). Tidak mengenal batas waktu, artinya dapat dilakukan sewaktu-waktu.⁴⁸

Kegiatan komunikasi sangat di butuhkan dalam pelaksanaan manajemen. Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian berita dari satu sumber berita kepada orang lain. komunikasi merupakan segala bentuk perilaku seseorang baik verbal maupun nonverbal yang ditanggapi oleh orang lain. Berbagai jenis perilaku dapat dikatakan sebagai kegiatan komunikasi apabila melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk nonverbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah pihak yang berkomunikasi punya suatu simbol yang sama.⁴⁹

Komunikasi sebagai proses penyampaian berita dari seorang kepada orang lain itu sendiri melibatkan beberapa unsur yang saling berkaitan didalamnya. Seperti yang dikatakan Suharsimi Arikunto, bahwa didalam kegiatan komunikasi terdapat berbagai unsur antara lain:⁵⁰

⁴⁸ Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Aditia Media, 2009), 355–356.

⁴⁹ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 3.

⁵⁰ Arikunto, *Manajemen Pendidikan*.

- a) Sumber (*Source*) atau sumber berita. Merupakan tempat yang menunjuk pada asal diperolehnya suatu gagasan atau ide. Sumber ini harus jelas dan mudah dipahami.
- b) Pengirim berita. Pengirim pesan atau ide disebut sebagai komunikator atau coder.
- c) Berita atau pesan (*Message*). Berita yang disampaikan biasanya berbentuk simbol-simbol yang mengandung arti. Pesan tersebut dapat berupa:
 - (1) Gerak: lambaian tangan, anggukan kepala, kerlingan mata.
 - (2) Suara: dentuman meriam, klakson, dering, bahasa, ucapan.
 - (3) Benda: tanda, tulisan, bendera.
- d) Media atau saran penyampaian berita adalah benda yang digunakan untuk menyampaikan berita misalnya: surat kabar (untuk berita tertulis), bahasa bermakna, televisi (berita gambar dan suara), seorang penyanyi dan sebagainya.
- e) Penerima berita (komunikan) adalah orang yang diberi berita atau orang yang menjadikan sasaran untuk dipengaruhi oleh pengirim berita.
- f) Tujuan komunikasi. Seseorang yang mengirim berita tentunya memiliki tujuan untuk mempengaruhi penerima pesan atau berita tersebut.

Sedangkan M. Soebry Sutikno mengungkapkan beberapa unsur yang terlibat dalam proses komunikasi yaitu:

- a) Unsur pertama dan yang paling utama adalah adanya seorang komunikator.
- b) Adanya suatu tujuan yang hendak dicapai yang dibutuhkan kerjasama.
- c) Adanya suatu gagasan/ide yang perlu disebarkan sebagai media dalam mempengaruhi orang lain, sehingga orang tersebut dapat merespon dengan positif.
- d) Tersedianya saluran yang dapat menghubungkan sumber informasi dengan penerima informasi, sehingga terjadi hubungan timbal balik antara komunikator dengan komunikan.
- e) Adanya feedback dari penerima berita
- f) Adanya noises atau gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.⁵¹

Pelaksanaan hubungan masyarakat adalah suatu usaha yang dilakukan para praktisi hubungan masyarakat dengan cara mengkomunikasikan atau melakukan kegiatan untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan dengan

⁵¹ M. Sobry Sutikno, *Maajemen Pendidikan: Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan Yang Unggul* (Lombok: Holistica, 2012), 137.

masyarakat dengan berpedoman pada perencanaan dan usaha pengorganisasian.

Kenyataan membuktikan, hubungan masyarakat dengan masyarakat tidak selalu berjalan baik. Berbagai kendala yang sering ditemukan antara lain: komunikasi yang terhambat dan tidak profesional, tindak lanjut program yang tidak lancar dan pengawasan yang tidak terstruktur. Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut beberapa hal bisa menjadi alternatif, adanya laporan berkala mengenai berbagai kegiatan sekolah serta keuangannya, diadakannya berbagai kegiatan yang mengakrabkan seperti open house kunjungan timbal balik dan program kegiatan bersama seperti pentas seni, perpisahan dan lain-lain.

3) **Evaluasi (*Evaluating*)**

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan dan penggiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi.⁵² Evaluasi adalah pembuatan pertimbangan menurut suatu perangkat kriteria yang disepakati dan dapat dipertanggung jawabkan.⁵³ Evaluasi merupakan suatu proses atau kegiatan pemilihan, pengumpulan, analisis dan penyajian informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta penyusunan program selanjutnya.⁵⁴

Beberapa pendapat tentang evaluasi diantaranya sebagai berikut:

Paulson berpendapat bahwa penilaian adalah proses pengujian berbagai

⁵² Onong Uchjana Effendy, *Human Relation & Public Relation*, 1st ed. (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009), 131.

⁵³ Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Sumber Pendidikan* (Bandung: Rosda Karya, 2011), 107.

⁵⁴ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah, Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 67.

objek atau peristiwa tertentu dengan menggunakan ukuran- ukuran nilai khusus dengan tujuan untuk menentukan keputusan- keputusan yang sesuai. Menurut Mugiadi yang dikutip oleh Sudjana dalam buku yang berjudul *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Non Formal Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* mengemukakan bahwa penilaian adalah upaya pengumpulan informasi mengenai suatu program, kegiatan atau proyek. Informasi tersebut berguna bagi pengambilan keputusan seperti untuk penyempurnaan suatu kegiatan lebih lanjut, penghentian suatu kegiatan atau penyebarluasan gagasan yang mendasari suatu kegiatan.⁵⁵

Berdasarkan berbagai pengertian sebagaimana dikemukakan di atas maka yang dimaksud dengan evaluasi dapat didefinisikan sebagai kegiatan sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, mendeskripsikan dan menyajikan data atau informasi yang diperlukan sebagai masukan untuk pengambilan keputusan.

Jadi evaluasi hubungan masyarakat adalah suatu kegiatan yang sistematis yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan suatu program yang telah dilaksanakan oleh organisasi atau lembaga pendidikan dalam membangun hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat.

Selain itu Fungsi manajemen hubungan masyarakat dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan tertinggi pada organisasi tersebut. Fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam

⁵⁵ Sudjana, *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Non Formal Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Bandung: Balah Production, 2012), 249–251.

menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi yang diwakilinya dengan masyarakat sebagai sasaran pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi yang bersangkutan.

Hal tersebut sesuai dengan intisari definisi kerja hubungan masyarakat. Manajemen hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan Bersama.⁵⁶

Adapun fungsi manajemen hubungan masyarakat menurut Nasution yang dikutip dari Chusnul Chotimah antara lain:

- a. Mampu menjadi mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung dan komunikasi tidak langsung kepada pimpinan lembaga dan publik intern.
- b. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasi lembaga pendidikan. Dalam hal ini humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik intern dan publik ekstern, seperti menyampaikan informasi kepada pers dan promosi.
- c. Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya.

⁵⁶ Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*, 11.

- d. Membantu mencari solusi dan menyelesaikan masalah antar lembaga pendidikan dengan masyarakat.
- e. Humas bertindak sebagai mediator untuk membantu kepala sekolah mendengarkan kritikan, saran dan harapan masyarakat, dan sebaliknya humas juga harus mampu menjelaskan informasi dan kebijakan dari kepala sekolah.
- f. Humas membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada lembaga pendidikan dengan memberikan masukan kepada pimpinan.⁵⁷

Tujuan utama dari hubungan masyarakat sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra Perusahaan.⁵⁸

Dengan bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama humas dapat diringkas, sesuai tujuan utama yang di atas sebagai berikut:

- a. Mengevaluasi sikap dan opini publik
- b. Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi organisasi/perusahaan dengan publik
- c. Mengkoordinasikan program-program komunikasi

⁵⁷ Chusnul Chotimah, *Manajemen Public Relations Integratif* (Tulungagung: STAIN Tulungagung Press, 2013), 51–52.

⁵⁸ Rahmat, *Manaj. Humas Sekol.*, 15.

- d. Mengembangkan hubungan dan “*good-will*” lewat proses komunikasi dua arah
- e. Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan publik.⁵⁹

Maksud dan tujuan yang terpenting dari humas adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi *feedback* yang kita harapkan. Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: *hostility, prejudice, apathy, ignorance*. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi: *sympathy, acceptance, interest dan knowledge*.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dua arah tergolong dua golongan besar yaitu:

- a. Komunikasi Internal (personil/anggota institusi)
 - 1) Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
 - 2) Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat
 - 3) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya
- b. Komunikasi Eksternal (masyarakat/ Public)
 - 1) Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.

⁵⁹ Rahmat, *Manaj. Humas Sekol.*, 15.

- 2) Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
- 3) Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.⁶⁰

Mengingat jenis dan karakter itu bermacam-macam, maka tentu saja tujuan bidang humas mereka berbeda-beda/bervariasi dan tidak terdaftar hanya pada di atas saja. Satu hal yang harus disadari, setiap tujuan dari berbagai organisasi, baik itu komersial maupun non-komersial, sama-sama memerlukan suatu program tindakan yang terencana. Setiap tujuan organisasi dalam pengertian luas akan jauh lebih mudah dijangkau apabila usaha pencapaiannya juga disertai dengan kegiatan-kegiatan humas, baik itu yang dilakukan oleh unit departemen humas internal maupun oleh lembaga konsultasi humas eksternal.

B. Citra Madrasah

1. Pengertian Citra Madrasah

Citra berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah gambar, rupa, gambaran; gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk; kesan mental atau bayangan visual yang diperlukan oleh sebuah kata, frasa atau kalimat, dan adalah unsur dasar yang spesial pada karya prosa atau puisi dan data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi.⁶¹

⁶⁰ Rahmat, *Manaj. Humas Sekol.*, 15–16.

⁶¹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Online: Kemeterian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, 2023).

Secara tertimologi citra yaitu sebagai sesuatu yang abstrak yang dapat melibatkan emosi aspek penalaran. Sedangkan secara etimologi citra berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti gambaran. Citra dapat dipahami melalui kesan yang melekat dalam objek tersebut.⁶² Frank Jefkins mengartikan citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Solomon mengemukakan bahwa sikap seseorang atau sesuatu bergantung pada citra seseorang tersebut tentang orang atau objek yang dipandangnya.⁶³

Philip Kotler mendefinisikan citra adalah sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki orang terhadap suatu objek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dipengaruhi oleh objek tersebut. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi, atau kelompok orang. Jika objek yang dimaksud adalah organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran, dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra.⁶⁴

Dalam buku *Essential of publik relations* Jafkins menyebut bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya psikologi komunikasi menyebutkan bahwa citra adalah penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas. Bahwa secara umum,

⁶² Anwar Arifin, *Politik Pencitraan – Pencitraan Politik*, 2nd ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), 18.

⁶³ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 114.

⁶⁴ Kotler, *B2B Brand Management*, 26.

citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang madrasah yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.⁶⁵

Dari beberapa pendapat di atas dapat dikatakan bahwa citra didefinisikan sebagai kesan seseorang atau masyarakat terhadap berbagai hal disekitarnya, baik terhadap seseorang atau masyarakat, baik pandangan yang positif maupun negatif. Citra dapat diartikan sebagai kesan individu yang berdasarkan realitas atau kenyataan yang ada.

Tugas lembaga terkait dengan citra adalah dengan mengidentifikasi dan menghasilkan citra seperti apa yang ingin dibuat pada publik atau masyarakat. berdasarkan Siswanto Sutojo yang dikutip pada kitab *handbook of public relation*, citra lembaga dianggap menjadi persepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga atau organisasi.⁶⁶

Pembangunan citra dapat diukur dari sejauh mana pendidikan berpengaruh pada kemampuan lulusan dalam bersaing di lapangan kerja. Citra yang mencakup kemandirian, keahlian, responsivitas, ketangguhan, integritas, moralitas, dan aspek lainnya merupakan faktor kunci yang membentuk persepsi masyarakat serta menambah nilai unik dan minat publik terhadap suatu entitas. Hal ini penting untuk dipertahankan karena faktor-faktor tersebut menjadi fondasi yang memungkinkan penerimaan masyarakat serta penciptaan citra yang positif terhadap sekolah. Faktor-faktor krusial ini menjadi dasar perubahan baik dalam kehidupan personal maupun kelompok. Jika elemen-elemen penentu ini diabaikan, akan mengakibatkan redupnya eksistensi sekolah.

⁶⁵ Sholeh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), 114.

⁶⁶ Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan* (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004), 34.

Dengan demikian yang dimaksud dengan membangun citra madrasah adalah semua aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara madrasah dan masyarakat melalui usaha memperkenalkan sekolah dan seluruh kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah memperoleh simpati masyarakat.

2. Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins, dalam bukunya Hubungan Masyarakat ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal didunia aktivitas hubungan masyarakat (*public relations*), dan dapat dibedakan satu dengan yang lain sebagai berikut:⁶⁷

- a. *Mirror Image* (Cerminan citra). Yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaan. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi semua orang menyukai kita.
- b. *Current Image* (Citra yang Berlaku). Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak-

⁶⁷ Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, 77.

sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.

- c. *Multiple Image* (Citra Majemuk). Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkahlaku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita.
- d. *Corporate Image* (Citra Perusahaan). Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e. *Wish Image* (Citra Yang Diharapkan). Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.
- f. *Performance Image* (Citra Penampilan). Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan yang bersangkutan. Misalnya dalam memberi berbagai bentuk dan kualitas pelayanan, menyambut telpon, tamu, dan pelanggan serta publiknya, harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik.

3. Indikator Citra

Penilaian pelanggan mengenai citra madrasah dapat diukur dengan mengacu pada pendapat Shirley Harrison yang mengatakan bahwa citra terbentuk dari empat elemen, yaitu: *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity*. Adapun beberapa indikatornya sebagai berikut:

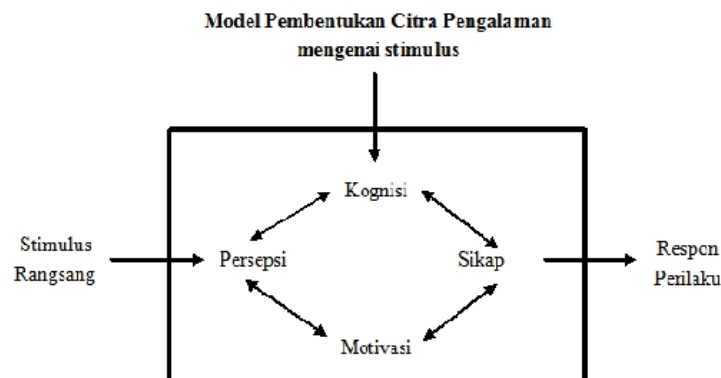
- a. *Personality*/karakteristik adalah keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
- b. *Reputation*/reputasi adalah hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja, keamanan transaksi sebuah bank.
- c. *Value*/nilai adalah nilai-nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- d. *Corporate Identity*/identitas Perusahaan adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.⁶⁸

4. Proses Pembentukan Citra

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian system komunikasi dijelaskan oleh Jhon S Nimpoen, dalam rangka

⁶⁸ Shirley Harrison, *Marketers Guide To Public Relations (2005)*. Terjemahan Imam Mulyana Dwi Suwandi. *Citra Perusahaan* (Jakarta: Trans Media Pustaka, 2010), 4.

penelitian tentang tingkah laku konsumen, Danasaputra yang dikutip oleh Soemirat, adalah sebagai berikut:⁶⁹



Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra

Model proses pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Citra madrasah terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Persepsi, kognisi, motivasi, sikap diartikan citra individu terhadap rangsang. Ini disebut *pictur in our head* (gambar di kepala) oleh Walter Lipman. Adapun penjelasan secara terperinci mengenai proses pembentukan citra adalah sebagai berikut:⁷⁰

- a. Stimulus: Rangsangan kesan (kesan lembaga yang diterima dari luar untuk membentuk persepsi. Sensasi adalah fungsi alat indra dalam menerima informasi dari langganan.

⁶⁹ Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, 114–116.

⁷⁰ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 115.

- b. Persepsi: Hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang langsung dikaitkan dengan satu pemahaman, pembentukan makna pada stimulus indrawi.
- c. Kognisi: Aspek pengetahuan yang berhubungan dengan kepercayaan, ide dan konsep.
- d. Motivasi: Kecenderungan yang menetap untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, dan sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasan maksimal bagi individu setiap saat.
- e. Sikap: Hasil evaluasi negative atau positif terhadap konsekuensinya penggunaan suatu objek.
- f. Tindakan: Akibat atau respon individu sebagai organisme terhadap rangsangan-rangsangan yang berasal dari dalam dirinya maupun lingkungan.
- g. Respon: Tindakan-tindakan seseorang sebagai reaksi terhadap rangsangan atau stimulus.

Ketika rangsangan atau stimulus diberikan, maka masyarakat akan lanjut ke tahap selanjutnya yaitu melakukan persepsi di mana persepsi ini memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai objek. Selanjutnya adalah tahap kognisi, dimana ia mengerti akan rangsangan yang telah diberikan. Setah itu akan muncul dorongan untuk melakukan suatu kegiatan tertentu atau bisa di sebut dengan motif sosial atau motivasi. Kemudian yang terakhir munculah sikap, yang merupakan kecenderungan bertindak, berfikir dan terdapat perasaan mendalam menghadapi objek, ide, situasi, dan nilai.

5. Peran Citra Madrasah

Citra madrasah memiliki peranan sangat penting dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk melakukan tindakan dalam kaitannya dengan pembelian jasa pendidikan. Bagi lembaga yang memiliki citra positif di masyarakat, akan memperoleh keuntungan lebih dikarenakan nama baiknya di masyarakat. Karenanya, lembaga tersebut akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Dalam pandangan Gronroos dalam Sutisna; mengidentifikasi empat peran citra bagi suatu lembaga; (a) Citra menceritakan harapan, (b) Penyaring yang memengaruhi persepsi pada lembaga, (c) Fungsi dari pengalaman dan juga harapan masyarakat, (d) Pengaruh penting bagi lembaga.⁷¹

Masyarakat dan sekolah atau institusi lainnya, khususnya lembaga pendidikan memiliki hubungan yang sangat erat antara satu dengan yang lainnya. Masyarakat akan mengalami stagnasi jika tidak didukung dengan adanya lembaga pendidikan dan lembaga pendidikan pun juga tidak bisa berkembang bila tidak didukung oleh masyarakat, sehingga agar tercapai tujuan bersama perlu adanya komunikasi yang baik antara pengelola lembaga pendidikan dengan masyarakat yang berkompeten dengan lembaga pendidikan tersebut. Apalagi jika dilihat dari sejarah pertumbuhan lembaga pendidikan Islam yang pada mulanya merupakan inisiatif dari masyarakat, maka sudah merupakan hal yang sangat wajar, sebagai sebuah institusi, lembaga pendidikan dikembalikan untuk kepentingan masyarakat.

⁷¹ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003), 199.

Sebagai konsekuensi dari hal tersebut di atas, merupakan suatu keharusan bagi para pengelola lembaga pendidikan untuk: ⁷²

- a. Mampu menghimpun potensi masyarakat untuk perkembangan sekolah secara optimal.
- b. Selalu bekerja sama dengan masyarakat dalam setiap aktivitas pendidikan dan pembelajaran (kolaboratif).
- c. Mampu memenuhi kebutuhan riil masyarakat secara luas. Lembaga pendidikan diharapkan mampu menjadi *centre of learning society*, yaitu mampu menjadi perekat masyarakat dalam melaksanakan aktivitas pendidikan.

Citra yang baik dari suatu organisasi atau lembaga pendidikan merupakan aset yang sangat penting, karena citra mempunyai suatu dampak persepsi publik dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Sebagaimana Firsan Nova mengatakan citra perusahaan atau pendidikan yang baik dan kuat mempunyai manfaat-manfaat sebagai berikut: a) Daya saing jangka menengah dan jangka panjang (*mid and long term sustainable competitive position*). b) Menjadi perisai selama masa krisis (*an insurance for a adverse times*). c) Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attraction the best executives available*). d) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing effectiveness of marketing instrument*). e) Penghematan biaya operasional (*cost saving*).⁷³

⁷² Abdul Wahid, *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*, 2023, 21, [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19612/1/Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19612/1/Strategi_Membangun_Citra_dan_Kinerja_Lembaga.pdf).

⁷³ Firsan Nova, *Crisis Public Relations* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 48.

C. Manajemen Hubungan Masyarakat untuk Peningkatan Citra Madrasah

Peranan hubungan masyarakat atau humas dewasa ini dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, baik profit maupun non profit, dari perusahaan industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar peranan humas adalah sebagai komunikator sebuah organisasi atau lembaga dan perusahaan, baik dari publik internal maupun publik eksternal. Karena itu humas merupakan salah satu ujung tombak dari organisasi, perusahaan maupun lembaga untuk bersaing dalam era globalisasi. Humas dibutuhkan untuk menjalin komunikasi dengan para stakeholders ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi dan program organisasi-organisasi tersebut kepada publik.

Pada dasarnya humas sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk membangun citra yang positif. Tidak hanya dalam sebuah perusahaan, pada sebuah lembaga sosial seperti lembaga pendidikan yang merupakan tempat untuk untuk menyalurkan ilmu pada generasi penerus bangsa juga memerlukan fungsi manajemen humas.

Humas dalam lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam mempromosikan serta memelihara reputasi yang baik agar masyarakat memiliki kepercayaan pada lembaga tersebut. Di samping itu, tugas humas juga meliputi membina dan mengelola hubungan yang positif di antara para pegawai karena kerjasama yang harmonis di lingkungan internal sangat dibutuhkan bagi kemajuan lembaga pendidikan. Selain fokus pada hubungan internal, humas juga bertanggung jawab dalam membangun serta merawat hubungan yang baik dengan publik eksternal, seperti masyarakat umum. Untuk mendapatkan kepercayaan dari

masyarakat, seorang humas harus mampu menjalin dan merawat hubungan yang positif, termasuk kemampuan mendengarkan serta memahami harapan serta pendapat masyarakat.⁷⁴

Pengembangan sistem pendidikan bukanlah hal yang mudah karena memerlukan perencanaan menyeluruh yang terintegrasi. Terkait peran lembaga pendidikan sebagai salah satu pemangku budaya dalam masyarakat, keterkaitan dengan masyarakat menjadi hal yang tak terpisahkan. Hubungan antara sekolah sebagai lembaga pendidikan dan masyarakat adalah bagian esensial yang tidak terpisahkan, dimana keduanya menjadi sarana komunikasi dua arah yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan pendidikan yang diharapkan secara kolektif.⁷⁵

Kegiatan humas di sekolah bertujuan untuk memelihara hubungan positif dengan beragam pihak dalam masyarakat serta peran aktif dari masyarakat. Kehadiran humas memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, yaitu pihak pengelola pendidikan dan masyarakat. Melalui kegiatan humas, partisipasi positif dari masyarakat akan didorong, sehingga respons yang baik dalam bentuk dukungan moral maupun materi akan terwujud. Hal ini terjadi karena pengelola lembaga pendidikan menunjukkan keseriusannya dalam upaya menuju kemajuan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa lingkungan pendidikan bukanlah entitas yang berdiri sendiri, melainkan bagian tidak terpisahkan dari masyarakat luas. melainkan merupakan sistem terbuka yang senantiasa menjalin kerja sama yang erat dengan masyarakat demi membangun pendidikan secara bersama-sama.

⁷⁴ Mutiara Cendekia Sandyakala, "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan," *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 192–196.

⁷⁵ Sandyakala, "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan."

Kehadiran hubungan masyarakat atau humas tidak hanya terfokus pada pembinaan hubungan dengan pihak eksternal. Namun, memiliki peranan penting dalam menyampaikan informasi ke dalam, baik kepada pimpinan maupun rekan kerja dan tenaga pengajar, yang menegaskan bahwa dalam ranah humas terdapat usaha untuk menciptakan hubungan yang selaras antara sekolah dengan masyarakat sehingga menciptakan pandangan positif dari masyarakat terhadap kehidupan sekolah tersebut. Dalam membentuk citra, humas berperan sebagai elemen kunci dalam bermitra dan mengkomunikasikan pesan kepada audiens untuk membentuk citra positif karena citra merupakan tujuan utama yang juga mencerminkan reputasi dan pencapaian yang diinginkan dalam ranah komunikasi publik.⁷⁶

Humas bertanggung jawab dalam menghubungkan sekolah dengan para *stakeholders*, menyampaikan informasi tentang kegiatan lembaga secara transparan kepada publik, dan menghimpun masukan serta harapan dari *stakeholders* untuk menjadi dasar perencanaan strategis guna meningkatkan perkembangan lembaga. Berdasarkan penjelasan tersebut, pentingnya citra yang baik menjadi krusial bagi setiap lembaga karena memiliki manfaat yang besar. Hal serupa berlaku pada lembaga pendidikan (sekolah) yang harus dapat membangun serta menjaga citra yang positif di mata masyarakat.⁷⁷

Humas dalam lembaga pendidikan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk reputasi positif lembaga karena tugas utama humas adalah menjalankan proses komunikasi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat luar, yang merupakan penerima layanan dari lembaga tersebut. Melalui komunikasi ini, humas

⁷⁶ Sandyakala, "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan."

⁷⁷ Sandyakala, "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan."

berupaya untuk menggambarkan kepada masyarakat bagaimana karakteristik serta cara kerja lembaga pendidikan tersebut, dengan tujuan agar masyarakat memiliki pemahaman yang jelas tentang lembaga pendidikan. Selain itu, seorang humas harus mampu memfasilitasi hubungan antara masyarakat sebagai pengguna layanan (dari lingkungan luar) dengan lembaga sebagai penyedia layanan untuk memperkuat citra positif lembaga.

Empat tahapan dalam menerapkan mengembangkan manajemen *public relations* melalui pemanfaatan media sosial dengan menggunakan siklus Edward Deming atau lebih dikenal “*Deming Cycle*”, sebagai berikut:⁷⁸

1. Perencanaan (*Plan*). Buatlah rencana implementasi lengkap dengan orang yang harus bertanggung jawab terhadap suatu proses/aktivitas tertentu. Untuk dapat melakukan perencanaan yang baik, sebaiknya melakukan analisis situasi saat ini dan dampak potensial yang mungkin terjadi pada saat rencana diimplementasikan dan memprediksikan variasi hasil yang diharapkan, bisa secara teori ataupun intuitif.
2. Penerapan (*Do*). Pada saat rencana diterapkan, kita harus membuat kontrol untuk mengetahui sejauh mana pengembangan ataupun kegagalan dari rencana.
3. Pemeriksaan (*Check*). Setelah suatu rencana diterapkan, kita harus memeriksa hasil akhir dari rencana tersebut apakah telah sesuai dengan prediksi yang dibuat. Bilamana tidak, harus dicari alasan deviasi tersebut.

⁷⁸ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education*, Terj. Ahmad Ali Riyadi Dan Fahrurrozi (Yogyakarta: IRCiSoD, 2012), 97.

4. Penindaklanjutan (*Act*). Tahap akhir dari metode ini adalah memformulasikan proses yang telah dianggap berhasil menjadi sebuah standar yang akan terus dapat dikembangkan sesuai dengan pengalaman.

Cutlip, Center and Broom menyampaikan bahwasannya program kerja perencanaan melalui berbagai “Proses Empat Langkah-Langkah atau Tahap Pokok” yaitu sebagai berikut: 1) *Fact Finding* atau Permasalahan/ Pencarian Fakta 2) *Planning and Programing* atau Perencanaan dan Program 3) *Communication and Taking action* atau Komunikasi dan Aksi 4) *Evaluation* atau Evaluasi.⁷⁹

Pertama, *Fact Finding* atau Permasalahan atau pencarian fakta ini ialah pencarian atau pengumpulan fakta yang mampu memberikan langkah awal yang mempunyai untuk mengumpulkan berbagai data yang berkenaan dengan kebutuhan suatu lembaga ataupun perusahaan. Tahap ini ialah tahap dimana pengumpulan dan penentuan data atau permulaan dalam sesuatu hal pemicu permasalahan yang terjadi di masyarakat yang berhubungan langsung lembaga. Disinilah terfokus sebagai pengetahuan hasil opini masyarakat dan situasi yang ada terhadap sesuatu yang akan dilaksanakan, maupun sedang dilaksanakan itu dapat membantu atau tidaknya juga mengganggu dan mempersulit kegiatan perusahaan, organisasi atau lembaga.

Kedua, *Planning and Programing* atau Perencanaan dan program merupakan sebagian dari perincian secara mendetail dan tersusun dan tentunya sesuai mengenai berbagai proses-proses yang selanjutnya mulai direalisasikan untuk tujuan yang diharapkan. kegiatan dalam mengelola suatu program, tentu yang

⁷⁹ Allen H Centre Glen M Broom Cutlip, *Efektive Public Relations, Cetakan Ke-4, Terjemah Tri Wibowo* (Jakarta: Kencana, 2011), 351.

pertama dilakukan yaitu dengan menyimpan berbagai data juga kenyataan di pusat tentang keadaan bagaimana langkah yang harus di ambil dalam merencanakan, juga di dalam memiliki target sebuah kegiatan yang akan di buat juga dilaksanakan. Perencanaan dilakukan juga program dilakukan secara tepat agar apa yang menjadi kendala atau masalah dapat dengan cepat terhanddle. Tahap selanjutnya ini mulai memilih media yang tepat yang akan memudahkan perusahaan, lembaga atau organisasi untuk melaksanakan pemograman. *Planning and Programming* merupakan bagaian penting dalam usaha memperoleh data seperti opini publik yang menguntungkan, hal ini sangat penting bagi pihak humas, karena bagian yang menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan tujuan organisasi, perusahaan atau lembaga. Terutama tujuan hubungan masyarakat. Tugas seorang humas yaitu menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan perusahaan, organisasi atau lembaga.

Ketiga, Komunikasi dan Aksi (*Communication and Taking Action*) tahap ini dapat dikatakan sebagai tahapan melaksanakan disesuaikan dengan yang akan di laksanakan humas data dan fakta yang ada. Dalam perencanaan komunikasi danaksi adalah tahapan dimana kita sudah melakukan apa yang dilakukan sebelumnya. Tahap ini akan melakukan sesuai dengan media pilihan yang digunakan. sehingga nanti komunikasi yang tentunya bagus akan membangun efek yang bagus, sebaliknya ketika komunikasi yang tidak baik maka akan menimbulkan tidak baik.

Keempat, Evaluasi (*Evaluation*) merupakan tahap akhir dalam proses suatu program yaitu memperjelas atau menganalisis hasil persiapan perencanaan. Penyesuaian penempelan dari berbagai pemograman, dalam tahapan ini seorang humas melaksanakan berbagai pendalaman kepada hal baru telah dilaksanakan atau

dikerjakan beres tepatkah atau malah menjadi penghambat. Sesuai dengan benar atau masih keliru, sehingga hasil evaluasi mampu memberikan pandangan atau konsean gambar secara menyeluruh sehingga akan berjalan seperti semestinya sesuai dengan rencana- rencana awal yang disetujui.

Dalam era globalisasi, lembaga pendidikan dituntut untuk memberikan manajemen pelayanan yang profesional kepada masyarakat. Saat ini masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan semakin kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan. Hal tersebut menuntut lembaga pendidikan untuk terus meningkatkan citra positif lembaga.⁸⁰ Di sisi lain, peningkatan citra sekolah membutuhkan manajemen yang profesional, oleh karena itu pembentukan citra tidak dapat lepas dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.⁸¹

Citra suatu institusi, termasuk lembaga pendidikan, dimulai dengan identitasnya yang tercermin melalui kepemimpinan, nama lembaga, serta presentasi visual, audio, dan audio visual yang digunakan dalam publikasi. Identitas dan citra madrasah juga mencakup aspek non-fisik seperti prinsip-prinsip dan filosofis yang dibangun, pelayanan, gaya kerja, serta komunikasi baik secara internal maupun eksternal. Identitas ini akan membentuk citra madrasah di berbagai pihak, seperti pengguna layanan, komunitas, media, pendana, staff, dan pemerintah, sehingga menjadi gambaran umum tentang lembaga tersebut. Oleh karena itu, citra madrasah dibangun dari empat area yang mencakup:

1. Produk / *service* (termasuk kualitas output, dan costemer care).

⁸⁰ Hasbullah, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), 104.

⁸¹ Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah* (Yogyakarta: Diva Press, 2015), 210–213.

2. *Social responsibility, institution citizenship, etnical behaviour, dan community affair.*
3. *Environments* (ruang kantor, ruang informasi, laborat, dan sebagainya).
4. *Communication*, (iklan, publishing, personal communication, brosur, dan program-program identitas lembaga).⁸²

Sebagaimana pemaparan di atas, dalam meningkatkan citra positif madrasah dibutuhkan peran para praktisi humas sekolah. Humas sekolah memiliki fungsi perkoordinasian yaitu sebagai penghubung, penyatu, dan penyelaras masyarakat dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan sehingga berjalan secara tertib dan mencapai tujuan yang diinginkan.⁸³ Semua pihak juga mempunyai peran dalam membangun citra (*image*) lembaga dan humas sangat berperan penting dalam meningkatkan citra madrasah tersebut. Hal ini didasarkan bahwa citra suatu lembaga merupakan tanggung jawab bersama untuk membangunnya. Peran yang diambil oleh masing-masing elemen dalam *stakeholders* harus mendasarkan pada peningkatan kualitas output, tanggungjawab sosial, lingkungan yang religius, serta komunikasi konstruktif antar anggota internal maupun eksternal.

D. Kajian Intergasi Manajemen Hubungan Masyarakat untuk Peningkatkan Citra Madrasah

Dalam khazanah Islam, istilah "humas" jarang digunakan dalam bahasa tulisan maupun lisan. Meskipun demikian, terdapat dua istilah yang memiliki

⁸² Sandyakala, "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan."

⁸³ Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*, 17.

makna serupa, yaitu “*habl*” yang artinya “tali atau hubungan”, dan “*shîlah alrahîm*” (silaturahmi) yang artinya “menyambung persaudaraan”. Penggunaan istilah *habl* dalam konteks ini sesuai dengan ayat dalam Al-Qur'an Surah Ali 'Imran (3):112 sebagai berikut:

صُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيَّنَ مَا تَتَّقُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ

Terjemahnya : “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka menjalin hubungan kepada (agama) Allah dan menjalin hubungan terhadap sesama manusia...”⁸⁴

Dalam ajaran Islam, kolaborasi antar individu dan lembaga menjadi landasan terbentuknya *Ukhuwah Islamiyah*, sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur'an, Surah Al-Zumar [49]:10 dan Al-Anfal [8]: 1) proses ini dapat dilakukan melalui enam langkah berikut: (1) *Ta'âruf* (saling mengenal), yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung; (2) *Tafâhum* (saling memahami), yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati (Qs. al-Anfâl [8]:60), menyatukan pemikiran dan amal; (3) *Tarâhum* (saling mengasihi), yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin maupun pikiran (Qs. al-Fâtihah [1]:1-3; al-Baqarah [2]:112); (4) *Tasyâwur* (saling bermusyawarah), yaitu saling bermusyawarah atau berdiskusi dalam mengambil kemufakatan bersama dalam melakukan suatu tindakan (Qs. Âli „Imrân [3]:159); (5) *Ta'âwun* (saling kerjasama), yaitu melaksanakan proses saling menolong (Qs. al-Mâ'idah [5]:2), secara hati (saling mendoakan), secara pemikiran (berembug, berdiskusi dan menasehati) serta berwujud dalam bentuk amal shaleh (bantu membantu); (6) *Takâful* (saling menanggung), yaitu melaksanakan proses saling menanggung

⁸⁴ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

setelah terjadinya proses *ta'âwun* dengan bentuk hati saling menyatu dan saling percaya.⁸⁵ Dari enam proses tersebut diharapkan muncul kerjasama yang saling menguntungkan. Dari proses-proses itu bahkan, dalam lingkup yang luas, muncul pembentukan lembaga dan organisasi dalam berbagai level dengan bidang garapan masing-masing dan kesatuan umat,⁸⁶ misalnya Organisasi Kerjasama Islam (OKI) tingkat dunia.

Mengingat manajemen humas dalam pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam (LPI) harus mengikuti prinsip-prinsip keislaman, terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan. Selain yang telah dijelaskan sebelumnya, prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut: *Pertama*, prinsip kemanfaatan; di mana informasi yang disampaikan oleh LPI seharusnya memiliki nilai-nilai manfaat yang nyata, bukan hanya sebagai propaganda semata. *Kedua*, prinsip kejujuran; di mana informasi yang disampaikan oleh LPI kepada masyarakat seharusnya bersifat jujur dan tidak mengandung unsur kebohongan yang disamarkan sebagai promosi atau propaganda. *Ketiga*, prinsip kehalalan atau keridhaan; di mana informasi yang disampaikan oleh LPI kepada masyarakat tidak boleh merugikan pihak manapun dan harus didasarkan pada kesepakatan yang saling ridha.

Prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam kaidah-kaidah manajemen humas dalam pengembangan LPI sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an sebagai berikut:⁸⁷

1. Menggunakan perkataan yang benar, sebagaimana firman Allah:

⁸⁵ Mulyono, "Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam," *Ulumuna* 15, no. 1 (2011): 165–184.

⁸⁶ Mulyono, *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), 207.

⁸⁷ Mulyono, "PENGEMBANGAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Multi Kasus Di MA Almaarif Singosari Dan MA An-Nur Bululawang Kabupaten Malang)" (2014).

فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Maka hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar. (QS. An-Nisa: 9).⁸⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar, (QS. Al-Ahzab: 70).⁸⁹

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa untuk menyampaikan suatu informasi harus dengan benar, sehingga pesan dalam suatu komunikasi dapat tersampaikan sesuai tujuan. Begitu juga dengan humas sebagai jembatan penghubung yang diharapkan dapat menyampaikan informasi yang benar. Secara umum humas merupakan aktivitas komunikasi dua arah, lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan rasa saling pengertian, saling percaya dan kerjasama.

Seorang *public relations* atau humas harus mampu melaksanakan tugas dan fungsi seperti terdefiniskan di atas melalui komunikasi, baik dalam satu lembaga ataupun luar lembaga (publik). Dengan demikian seorang humas membutuhkan komunikasi yang baik dalam membangun relasi yang lebih luas.⁹⁰ Keberhasilan seorang humas dapat dilihat dari *feedback* yang baik dari sasarannya melalui komunikasi yang dilakukan dan opini publik.

2. Menggunakan bahasa yang mantap dan kuat, sebagaimana firman Allah:

إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا ﴿٥﴾ إِنَّ نَاشِئَةَ اللَّيْلِ هِيَ أَشَدُّ وَطْئًا وَأَقْوَمُ قِيلًا ﴿٦﴾

⁸⁸ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

⁸⁹ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

⁹⁰ Suryani Musi and Et.al, *KOMUNIKASI DAN PUBLIC RELATIONS (STRATEGI MENJADI HUMAS PROFESIONAL)* (Pasuruan: Qiara Media, 2020), 16–17.

Sesungguhnya Kami akan menurunkan kepadamu perkataan yang berat. Sesungguhnya bangun di waktu malam adalah lebih tepat (untuk khusyuk) dan bacaan di waktu itu lebih berkesan, (QS. Al-Muzzammil: 5-6).⁹¹

" قَوْلًا ثَقِيلًا " dalam Surah Al-Muzzammil ayat 5 menekankan pentingnya wahyu yang berat dan berbobot dari Allah kepada Nabi Muhammad SAW. Istilah ini mengandung makna bahwa ajaran-ajaran Al-Quran memiliki nilai moral dan spiritual yang tinggi, memerlukan usaha, tanggung jawab, dan komitmen besar dari umat Muslim untuk memahaminya secara mendalam dan mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, juga mengingatkan pentingnya berbicara dengan bijaksana, memilih kata-kata yang tepat, dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dalam konteks hubungan masyarakat, penjelasan mengenai "قَوْلًا ثَقِيلًا" dapat diimplementasikan melalui kampanye edukasi yang mendalam, program pengabdian masyarakat, pelatihan komunikasi, dan pendampingan spiritual. Tujuannya adalah untuk membangun kesadaran dan komitmen yang kuat dalam menjalankan ajaran Islam, mempromosikan dialog yang konstruktif dan toleransi antarumat beragama, serta membantu individu menghadapi tantangan hidup dengan keteguhan iman dan sikap positif. Dengan pendekatan yang tepat, nilai-nilai berat dan bermakna dari ajaran Al-Quran dapat diinternalisasi dan diterapkan oleh masyarakat luas.

3. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta bebas pada benak pihak lain, sebagaimana firman Allah:

⁹¹ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (QS. An-Nisa':63).⁹²

" قَوْلًا بَلِيغًا " yang berarti perkataan yang mencapai sasaran dan memberikan dampak mendalam, menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan. Dalam konteks hubungan masyarakat, hal ini berarti menyampaikan pesan dengan jelas dan relevan, menggunakan pendekatan yang tepat sesuai dengan audiens, dan memilih media komunikasi yang efektif. Pelatihan komunikasi, strategi media sosial, dan kolaborasi dengan media massa dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan, memastikan bahwa pesan tersebut tidak hanya diterima tetapi juga dipahami dan diresapi oleh audiens.

Selain itu, " قَوْلًا بَلِيغًا " juga menekankan pentingnya menginspirasi dan memotivasi audiens untuk mendorong perubahan positif. Kampanye sosial yang relevan, cerita inspiratif, dan penggunaan konten visual dapat membantu menanamkan nilai-nilai positif dan mendorong perubahan sikap dan perilaku dalam masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, humas dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga memberikan dampak positif yang mendalam dan berkelanjutan.

4. Menggunakan bahasa yang menyenangkan pihak lain, seperti firman Allah:

وَأَمَّا تَعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas/menyenangkan "(QS. Al-Isra': 28).⁹³

⁹² Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

⁹³ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

" قَوْلًا مَّيْسُورًا " yang berarti perkataan yang mudah diterima dan lemah lembut, mengajarkan pentingnya berbicara dengan sopan, hormat, dan empatik. Dalam konteks hubungan masyarakat, ini berarti berkomunikasi dengan cara yang menjaga harmoni sosial dan menghindari konflik. Pelatihan komunikasi empatik dan sesi konseling dapat membantu individu mengembangkan keterampilan ini, sehingga mereka mampu merespons dengan baik dalam situasi yang sensitif atau ketika memberikan berita yang tidak menyenangkan.

Selain itu, "قَوْلًا مَّيْسُورًا" juga berfokus pada membangun hubungan yang positif dan kepercayaan dalam masyarakat. Kampanye kesadaran dan penggunaan media untuk menyebarkan pesan-pesan positif tentang pentingnya komunikasi yang baik dapat meningkatkan kesadaran dan mempromosikan praktik komunikasi yang positif. Dengan demikian, humas dapat membantu menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih harmonis dan empatik, memperkuat hubungan antarindividu dan masyarakat secara keseluruhan.

5. Menggunakan bahasa komunikasi yang agung, sebagaimana firman Allah:

أَفَأَصْفُكُمْ رَبُّكُم بِالْبَنِينَ وَاتَّخَذَ مِنَ الْمَلَائِكَةِ إِنَاثًا إِنَّكُمْ لَتَقُولُونَ قَوْلًا عَظِيمًا ۝٩٤

Maka Apakah patut Tuhan memilhkan bagimu anak-anak laki-laki sedang Dia sendiri mengambil anak-anak perempuan di antara Para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya). (QS. al-Isra': 40).⁹⁴

" قَوْلًا عَظِيمًا " yang berarti perkataan yang agung dan penuh penghormatan, mengajarkan pentingnya berbicara dengan keseriusan dan

⁹⁴ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

nilai moral yang tinggi. Dalam konteks hubungan masyarakat, ini berarti menyampaikan pesan dengan martabat, menunjukkan penghormatan kepada audiens, dan memastikan bahwa setiap komunikasi memiliki nilai dan makna yang penting. Pelatihan etika komunikasi dan penerapan kode etik komunikasi di organisasi dapat membantu mengembangkan keterampilan ini, sehingga setiap pesan yang disampaikan selalu dilakukan dengan rasa tanggung jawab dan penghormatan.

Selain itu, "قَوْلًا عَظِيمًا" menekankan pentingnya menyampaikan pesan yang mengandung nilai moral yang tinggi, seperti kejujuran, integritas, dan kebaikan. Kampanye nilai moral dan konten edukatif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya nilai-nilai ini dalam komunikasi sehari-hari. Dengan pendekatan yang tepat, humas dapat memastikan bahwa komunikasi tidak hanya informatif tetapi juga bermoral, membangun kepercayaan, dan memperkuat hubungan positif dalam masyarakat.

6. Menggunakan bahasa komunikasi yang baik, sebagaimana firman Allah:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil 20 harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik. (QS. An-Nisa': 5).⁹⁵

"قَوْلًا مَعْرُوفًا" yang berarti perkataan yang baik dan terpuji, menekankan pentingnya berbicara dengan kebaikan, kesopanan, dan kasih

⁹⁵ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

sayang. Dalam konteks hubungan masyarakat, ini berarti berkomunikasi dengan cara yang humanis dan berempati, serta memperhatikan perasaan orang lain. Pelatihan komunikasi humanis dan sesi pembinaan dapat membantu individu mengembangkan keterampilan ini, sehingga mereka mampu berbicara dengan baik dalam situasi yang memerlukan pengertian dan kasih sayang.

Selain itu, "قَوْلًا مَّعْرُوفًا" juga menekankan pentingnya membangun hubungan sosial yang harmonis dan menghindari konflik. Kampanye kesadaran dan penggunaan media untuk menyebarkan pesan-pesan positif tentang pentingnya komunikasi yang baik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, humas dapat memastikan bahwa komunikasi tidak hanya sopan dan baik, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan menciptakan lingkungan yang lebih damai dan positif dalam masyarakat.

7. Menggunakan bahasa yang lemah lembut, sebagaimana firman Allah:

﴿قَوْلًا لَّهُ قَوْلًا لِّبِنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾

Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut". (QS. Thaha: 44).⁹⁶

"قَوْلًا لِّبِنَا" yang berarti perkataan yang lembut dan santun, menekankan pentingnya berbicara dengan kata-kata yang lembut, terutama dalam situasi yang berpotensi konflik. Dalam konteks hubungan masyarakat, ini berarti menggunakan pendekatan diplomatis dan sopan untuk menyampaikan pesan, sehingga audiens merasa dihargai dan

⁹⁶ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

diperhatikan. Pelatihan komunikasi diplomatik dan panduan berkomunikasi yang mengajarkan cara berbicara dengan lembut dapat membantu individu mengembangkan keterampilan ini.

Selain itu, "قَوْلًا لَيِّنًا" juga meningkatkan efektivitas dan penerimaan pesan, menghindari konflik, dan menciptakan suasana komunikasi yang lebih damai dan produktif. Kampanye kesadaran dan konten edukatif tentang pentingnya berbicara dengan lembut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan mempromosikan praktik komunikasi yang positif. Dengan demikian, humas dapat memastikan bahwa komunikasi tidak hanya lembut dan santun tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan menciptakan lingkungan yang lebih harmonis.

8. Menggunakan komunikasi yang berulang-ulang supaya berhasil apa yang dimaksud, sebagaimana firman Allah:

وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَذَا الْقُرْآنِ لِيَذَكَّرُوا وَمَا يَزِيدُهُمْ إِلَّا نُفُورًا ﴿٤١﴾

Dan sesungguhnya dalam Al Quran ini Kami telah ulang-ulangi (peringatan-peringatan), agar mereka selalu ingat. dan ulangan peringatan itu tidak lain hanyalah menambah mereka lari (dari kebenaran). (QS. Al-Isra': 41).⁹⁷

Ayat "لِيَذَكَّرُوا" dalam Surah Al-Isra ayat 41 menekankan pentingnya pengulangan dan penjelasan yang jelas agar pesan dapat dipahami dan diambil pelajaran oleh audiens. Dalam konteks hubungan masyarakat, ini berarti mengulangi pesan-pesan penting melalui berbagai media dan menyampaikan informasi dengan cara yang jelas dan terperinci. Strategi seperti kampanye edukasi dan materi komunikasi yang berulang dapat

⁹⁷ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

membantu memastikan bahwa pesan tersampaikan dengan efektif dan memperkuat pemahaman masyarakat.

Selain itu, "لِيَذْكُرُوا" juga menggarisbawahi pentingnya mendorong refleksi dan kesadaran di antara audiens agar mereka benar-benar mengambil pelajaran dari pesan yang disampaikan. Humas dapat mengadakan sesi diskusi dan refleksi untuk membahas pesan-pesan penting dan mengevaluasi sejauh mana pesan tersebut mempengaruhi pemahaman dan tindakan audiens. Dengan pendekatan ini, humas dapat memastikan bahwa komunikasi tidak hanya didengar tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

9. Berbicara dengan hikmah dan pemberia hujjah/argumentasi yang baik, sebagaimana firman Allah:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. (QS. al-Nahl: 125).⁹⁸

Ayat 125 dari Surah An-Nahl mengajarkan prinsip berbicara dengan hikmah dan memberikan argumentasi yang baik. Hal ini menunjukkan pentingnya menggunakan kata-kata yang bijaksana dan relevan dalam berkomunikasi, serta menyampaikan pesan atau pelajaran dengan cara yang menarik dan bermanfaat. Ayat ini juga mendorong untuk berdebat secara konstruktif dengan argumen yang kuat dan beralasan, menghindari konfrontasi yang tidak perlu, dan menghormati pendapat orang lain dalam menjaga keharmonisan komunikasi.

⁹⁸ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

Dalam konteks humas, prinsip ini dapat diterapkan dengan mengadakan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan berbicara dengan hikmah dan berdebat secara konstruktif. Media sosial, ceramah, dan forum diskusi publik dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan yang disampaikan dengan cara yang baik dan argumentasi yang mendalam, sehingga mempengaruhi pemikiran masyarakat dan memperkuat hubungan sosial yang harmonis. Dengan demikian, humas tidak hanya berperan sebagai penghubung komunikasi yang efektif, tetapi juga sebagai agen perubahan yang positif dalam membangun kesadaran dan kebijaksanaan dalam masyarakat.

10. Menggunakan sistem kelompok atau kerjasama dengan pihak lain dalam suatu urusan (terorganisir, termanaj), sebagaimana firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا حِذْرَكُمْ فَانْفِرُوا ثُبَاتٍ أَوْ اَنْفِرُوا جَمِيعًا ﴿٧١﴾

Hai orang-orang yang beriman, bersiap siagalah kamu, dan majulah (ke medan pertempuran) berkelompok-kelompok, atau majulah bersama-sama! (QS. An-Nisa: 71).⁹⁹

Ayat 71 dari Surah An-Nisa menekankan pentingnya menggunakan sistem kelompok atau kerjasama dalam urusan yang terorganisir. Hal ini mencerminkan nilai efisiensi dalam menghadapi tantangan besar, baik itu dalam konteks keamanan atau pengelolaan proyek. Ayat ini juga mengajarkan bahwa dengan bersatu dan berorganisasi secara baik, manusia dapat mencapai tujuan dengan lebih efektif dan mengurangi risiko yang mungkin timbul.

⁹⁹ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

Dalam konteks humas, prinsip ini dapat diimplementasikan dengan menyelenggarakan pelatihan manajemen krisis dan pembinaan tim untuk memperkuat kerjasama antarindividu dan kelompok. Selain itu, kampanye kesadaran tentang pentingnya kerjasama dan organisasi dapat memperkuat solidaritas sosial dan membangun fondasi yang kokoh dalam menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi oleh masyarakat.

Penerapan manajemen humas sangat penting dalam konteks madrasah guna membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui komunikasi yang efektif antara keduanya, seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahnya : “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal”.¹⁰⁰

Kandungan dalam surat tersebut menekankan pentingnya musyawarah. Dalam Islam, terdapat perintah untuk melakukan musyawarah yang melibatkan seluruh umat manusia. Dalam menyelesaikan permasalahan, penting untuk menjalankan musyawarah dengan sikap lemah lembut atau rendah hati agar tercapai kesepakatan bersama. Ketika kesepakatan sudah tercapai, setiap anggota harus

¹⁰⁰ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

sepakat dengan keputusan yang diambil serta mempercayakan hasilnya kepada Allah, karena Allah menyayangi hamba-Nya yang selalu bertawakkal. Penerapan musyawarah dalam menyelesaikan masalah ini terkait dengan penerapan manajemen humas di madrasah. Dalam manajemen humas, madrasah perlu membangun hubungan yang baik dengan publik melalui komunikasi terbuka, termasuk dalam menangani masalah atau membuat kebijakan. Oleh karena itu, musyawarah diperlukan untuk mencapai kesepakatan bersama.

Citra madrasah yang positif dapat terbentuk melalui komunikasi yang efektif antara madrasah dan masyarakat guna memperoleh kepercayaan dari masyarakat, sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dalam surat Al-Ahzab ayat 7:

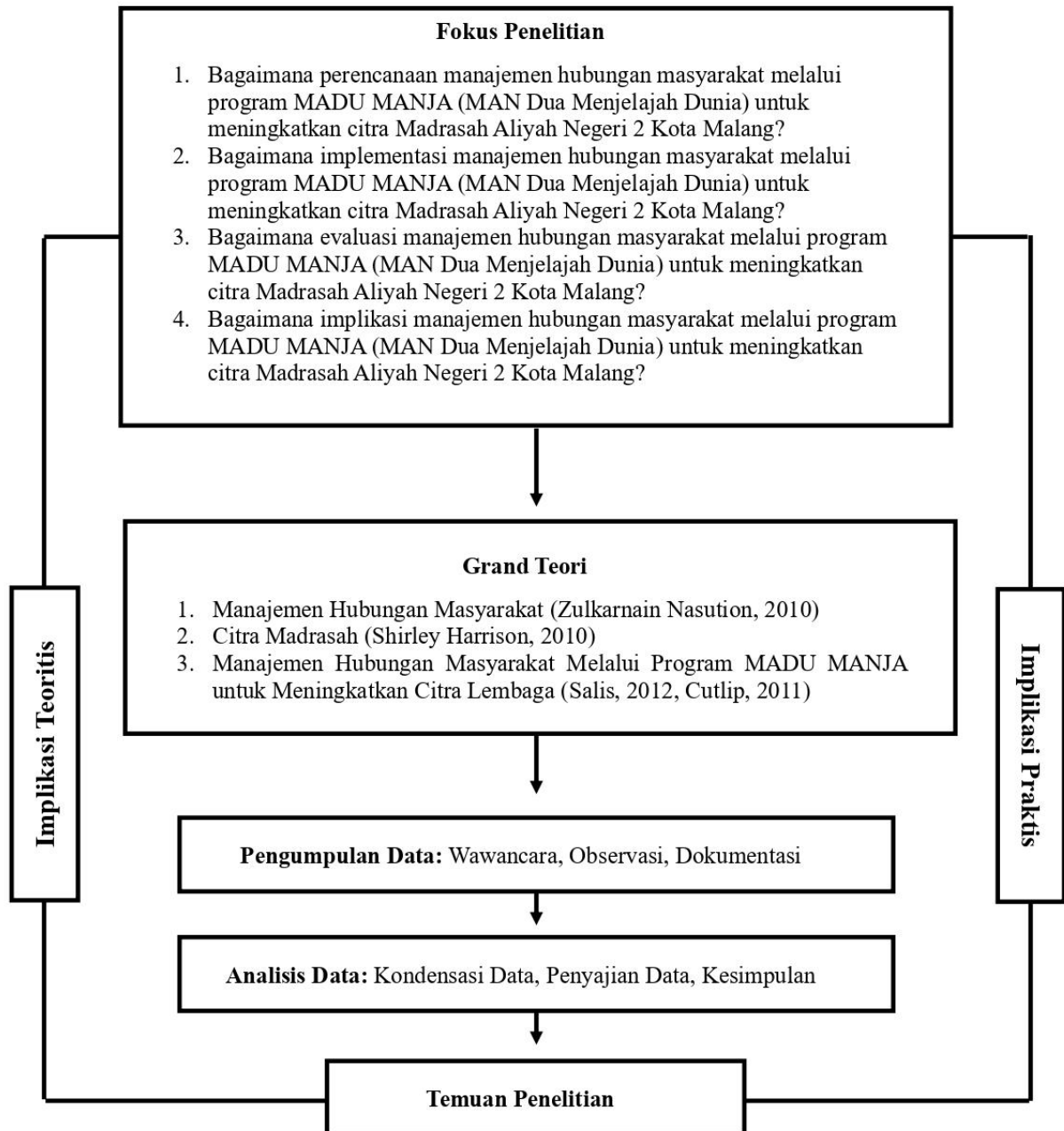
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۝

Terjemahnya : “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”.¹⁰¹

Berdasarkan ayat tersebut, dalam ajaran Islam Allah menegaskan tentang pentingnya tawakkal dan kejujuran dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, penting untuk menghasilkan citra positif melalui komunikasi terbuka. Informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kenyataan dan jelas agar mudah dipahami oleh masyarakat. Kejujuran menjadi kunci utama untuk membangun kepercayaan masyarakat, yang pada gilirannya akan mendorong partisipasi mereka dalam kegiatan atau program yang dijalankan oleh madrasah.

¹⁰¹ Al-Qur'an, *Qur'an Kemenag*.

E. Kerangka Berfikir



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini ditujukan agar mendapat penjelasan yang lebih dalam tentang manajemen melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.¹⁰² Sedangkan Corbin dan Strauss dalam Wahidmurni, pendekatan kualitatif merupakan bentuk penelitian dimana peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisa data menjadi bagian dari proses penelitian sebagai partisipan bersama informan yang memberikan data.¹⁰³

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi. Penelitian ini menggunakan suatu pendekatan yang memanfaatkan pengalaman hidup sebagai alat untuk memahami lebih dalam tentang konteks sosial, budaya, atau lingkungan lain di mana pengalaman tersebut terjadi. Fenomenologi bertujuan untuk memahami dan memberi arti pada apa yang terlihat serta menggali makna yang dirasakan oleh subjek yang diteliti. Pendekatan ini tidak mengasumsikan bahwa peneliti mengetahui makna suatu hal bagi individu yang sedang diteliti. Namun, perbedaan dalam penafsiran pengalaman subjektif subjek yang diteliti adalah hal

¹⁰² John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran) Terjemah Ach. Fawaid Dan Rianayati Kusmini* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2019), 4.

¹⁰³ Wahidmurni, *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: Repository UIN Malang, 2017), 5.

yang wajar.¹⁰⁴ Tujuan utama dari penelitian fenomenologi adalah untuk mengeksplorasi dan menggali makna melalui pengalaman subjek yang diteliti. Peneliti harus mampu secara rinci, lengkap, dan mendalam mendeskripsikan pengalaman subjek karena itu merupakan tujuan dan dasar dari penelitian fenomenologi.¹⁰⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggambarkan secara teliti dan cermat terkait perencanaan, implementasi, evaluasi dan implikasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

Sedangkan untuk alasan mengambil penelitian kualitatif studi kasus ini dipilih 1) untuk mengeksplorasi terkait strategi kepemimpinan madrasah untuk mewujudkan madrasah bertaraf internasional. 2) untuk menjelajah program madrasah go internasional yang masih sedikit diterapkan di madrasah lain. 3) untuk menemukan variabel yang relevan yang nantinya akan diujikan menggunakan penelitian bentuk kuantitatif. 4) penelitian ini menggunakan pendekatan holistik dan konferhensif dalam mempelajari fenomena yang ada.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif sangat berpengaruh terhadap proses dan hasil penelitian. Peneliti sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya. Pengertian instrumen atau alat penelitian di sini tepat karena

¹⁰⁴ Nusa Putra, *Penelitian Kualitatif IPS* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 128.

¹⁰⁵ Putra, *Penelitian Kualitatif IPS*, 133.

ia menjadi segalanya dari keseluruhan proses penelitian.¹⁰⁶ Dengan hadirnya peneliti dalam setiap pertemuan dengan informan yang bersangkutan, peneliti secara langsung juga melakukan pengamatan terhadap lingkungan dan informan yang diwawancarai. Untuk mendapatkan data-data secara langsung dari informan yaitu: kepala madrasah, waka humas, guru, siswa, dan alumni. Dalam pelaksanaannya peneliti akan selalu hadir di lapangan guna melakukan wawancara serta observasi secara berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui tentang manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah, baik mengenai perencanaan, implementasi, evaluasi dan implikasi.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, Jalan Bandung No.7 Penanggungan, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur, 65113. Alasan peneliti melakukan penelitian di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang ini sebagai objek penelitian didasarkan pada: Pertama, Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang merupakan salah satu lembaga pendidikan islam favorit yang berada di Kota Malang. Kedua, Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang menawarkan inovasi pengembangan minat dan bakat peserta didik melalui program unggulan yang melahirkan banyak prestasi di tingkat nasional dan internasional. Ketiga, Program MADU MANJA menjadi program yang memberikan akses kepada siswa untuk berinteraksi dengan orang luar negeri dari berbagai benua antara lain benua asia, afrika, amerika. dan eropa. Tentu saja strategi yang

¹⁰⁶ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 68.

digunakan untuk mengembangkan program MADU MANJA lebih banyak melibatkan banyak negara. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian di lokasi ini serta ingin mengetahui sejauh mana manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah.

D. Data dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data mengenai manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah. Data utama penelitian ini meliputi kata dan tindakan serta data pendukung lainnya seperti pada dokumen serta kegiatan observasi yang mengenai fokus penelitian ini.¹⁰⁷ Sumber data dalam penelitian ini yaitu subjek dari mana data tersebut didapatkan.¹⁰⁸

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data utama yaitu kepala madrasah dan waka humas serta sumber data pendukung yaitu waka humas, perwakilan guru, siswa, dan alumni. Adapun data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan penelitian.¹⁰⁹ Data utama dalam penelitian kualitatif ini merupakan ucapan serta tindakan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Peneliti mendapatkan data ini dari informan secara langsung mengenai

¹⁰⁷ Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 157.

¹⁰⁸ Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 157.

¹⁰⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. Alfabeta (Bandung, 2016), 137.

manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah. Adapun informan yang peneliti wawancarai sebagai data primer yaitu melalui

- a. Waka humas, sebagai penanggung jawab. Yang bertujuan untuk mendapatkan informasi seputar perencanaan, implementasi, evaluasi dan implikasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah.
- b. Ketua program, sebagai pelaksana. Yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara detail mengenai perencanaan, implementasi, evaluasi, dan implikasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah.

Selain itu informan juga meliputi informan pendukung yaitu ketua insan pro, staf penjaminan mutu, perwakilan guru, siswa, dan alumni.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung.¹¹⁰ peneliti memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang terkait dengan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra

¹¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 137.

madrasah di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, dokumentasi, serta data lain yang dapat memberikan informasi kepada peneliti guna mendukung dan melengkapi data yang sudah dikumpulkan melalui wawancara secara langsung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, untuk mendapatkan data yang valid dan sesuai dengan fokus penelitian, maka peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara atau interview yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data ini yaitu menggunakan wawancara terstruktur.¹¹¹ Melalui wawancara terstruktur terkait manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah. Peneliti melakukan wawancara bersama informan yang telah ditentukan yaitu kepala madrasah, waka humas, ketua Insan Pro, staf penjaminan mutu, perwakilan guru, siswa, dan alumni dengan instrumen yang telah peneliti persiapkan. Dalam wawancara ini, peneliti juga mempersiapkan *handphone* sebagai alat record dalam proses wawancara.

Selain menggunakan wawancara terstruktur, peneliti juga menggunakan metode wawancara semi-struktur,¹¹² dimana dalam

¹¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Cetakan XXII* (Bandung: Alfabeta, 2019), 233.

¹¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Cetakan XXII*, 233.

pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan terkait dengan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah. Selain itu, dalam wawancara ini, peneliti dan informan saling merespon dengan lebih mendalam (*indepth interview*) dan santai mengenai fokus penelitian yang telah ditentukan, jadi pertanyaan-pertanyaan yang timbul ketika wawancara dapat ditanyakan langsung kepada informan. Hasil dari wawancara dengan informan, dibuat menjadi catatan lapangan sebagai data primer peneliti.

Tabel 3.1 Sumber Data Wawancara

No	Nama	Jabatan	Data
1	Samsudin	Kepala Madrasah	Fokus pada manajemen hubungan masyarakat, implementasi manajemen hubungan masyarakat dan implikasi yang diperoleh melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah
2	Miftachul Ula	Waka Humas	
3	Ahmad Thohir Yoga	Ketua Program	
4	Wulaida	Ketua INSAN PRO	
5	Eny	Guru dan Staff P2M	
6	Farid Nasrullah	Guru	
6	Faizal Cahya Adhyaksa	Siswa Kelas XI	Fokus pada implikasi yang diperoleh
7	Ahmad Rifqi	Siswa Kelas X	
8	Khotibul Umam	Wali Siswa	

No	Nama	Jabatan	Data
9	Muhammad Ikmal In'amullah	Alumni	
10	Rahmat Aditama	Alumni	

2. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi terus terang secara langsung, yaitu peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.¹¹³ Observasi secara terus terang ini, peneliti lakukan secara langsung untuk mengetahui gambaran lebih luas terkait manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah, seperti pada aktivitas dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi. dan implikasi program tersebut. Teknik observasi ini peneliti lakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan, yaitu Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Untuk melihat lebih luas terkait manajemen hubungan masyarakat yang telah dilaksanakan, sehingga peneliti dapat mencatat hal-hal yang dapat memberikan informasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua dokumen, yaitu

¹¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Cetakan XXII*, 228.

dokumen pribadi dan dokumen resmi.¹¹⁴ Dokumen dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan data yang sudah diperoleh. Adapun dokumen pribadi yaitu catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya seperti jurnal, media sosial, surat kabar, blog. Sedangkan dokumen resmi yaitu dokumen yang bersifat internal maupun eksternal, Dalam internal seperti keputusan dari kepala madrasah, arsip. Dan yang bersifat eksternal seperti koran, majalah, dan berita dari media massa.

Dalam penelitian ini peneliti juga mengumpulkan dokumentasi berupa foto atau gambar yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial, karena dapat menjadi sebagai bukti penguat bagi peneliti secara empirik bahwa benar-benar diteliti, serta semakin kredibel dengan adanya dokumen tentang program MADU MANJA, hasil kegiatan, arsip publikasi, serta prestasi.

F. Analisis Data

Teknis analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu model interaktif oleh Miles dan Huberman. Analisis data merupakan aktivitas yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Dalam menganalisis data peneliti menyusun data dengan terstruktur yang didapatkan melalui hasil observasi, hasil wawancara, serta catatan lapangan dan dokumentasi yang telah peneliti pilih sesuai dengan data yang peneliti butuhkan sehingga dihasilkan sebuah kesimpulan yang mudah untuk

¹¹⁴ Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 217–218.

dipahami.¹¹⁵

Analisis ini didasarkan atas catatan lapangan yang dikumpulkan secara deskriptif dan reflektif atau memo yang berisi mengenai informasi terkait manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah.¹¹⁶ Berikut prosedur dalam analisis data model Miles dan Huberman:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanan, abstrak, dan/ atau transformasi data yang muncul dalam kumpulan teks penuh secara sistematis pada catatan lapangan yang ditulis, transkrip wawancara, dokumen, serta data empiris yang telah diperoleh mengenai manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah. Kondensasi data terjadi terus menerus sepanjang penelitian kualitatif ini. Data kualitatif tersebut diubah dengan cara penyeleksian, ringkasan ataupun uraian menggunakan kata-kata peneliti. Sehubungan dengan data yang peneliti peroleh, maka peneliti mencari data, tema, serta pola mana yang bersifat penting, kemudian data yang tidak dibutuhkan akan dipisahkan dari catatan.¹¹⁷ Pada penelitian kali ini pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi langsung pada informan yang telah ditentukan peneliti di Madrasah

¹¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 231.

¹¹⁶ Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif* (Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2018), 84.

¹¹⁷ Siti Fadjarani, *Metodologi Penelitian, Pendekatan Multidisipliner* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2020), 205.

Aliyah Negeri 2 Kota Malang terkait manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah serta dokumen sebagai data pendukung penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya yaitu penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, bagan dan lainnya. Dalam hal ini peneliti menyajikan data dengan teks yang bersifat deskriptif. Dalam melakukan penyajian data, selain dengan teks yang deskriptif, juga dapat berupa grafik, matrik dan tabel.¹¹⁸ Tujuan dari penyajian data ini untuk lebih mempermudah peneliti dalam memilih serta memahami data terkait manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia untuk peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion drawing/ verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data ini yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Penarikan kesimpulan di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data yang didapatkan dari teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, maka kesimpulan yang didapatkan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹¹⁹ Setelah tahapan analisis telah dilakukan semua, maka kesimpulan akhir telah didapatkan, ini yang

¹¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 249.

¹¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 246.

dimaksud dalam verifikasi data.

G. Keabsahan Data

Pada tahap pemeriksaan keabsahan data meliputi kredibilitas, keteralihan, reliabilitas dan dapat dikonfirmasi. Peneliti memiliki beberapa teknik dalam pengecekan kembali data yang telah terkumpul. Teknik yang digunakan peneliti dalam pengecekan data agar dapat diuji keabsahannya dan dapat dipertanggungjawabkan. Peneliti menggunakan dua teknik yaitu dengan member check dan teknik triangulasi. Member check yaitu proses pengecekan data yang diperoleh peneliti dari informan. Pada teknik member check ini dilakukan dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dan yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan apa yang dimaksud informan.¹²⁰ Pada teknik triangulasi terdapat dua cara yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.¹²¹

1. Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui sembilan sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti dan sudah mendapatkan sebuah kesimpulan, maka selanjutnya dimintai pengecekan kembali (member check) dengan sembilan sumber yang telah diwawancara.
2. Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Seperti pada data yang didapatkan dengan teknik pengumpulan data wawancara, kemudian dicek kembali dengan teknik observasi maupun dokumentasi.

¹²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 376.

¹²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 274.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

Pada tanggal 1 Januari 2018 Madrasah Aliyah Negeri 3 Malang berubah nama menjadi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang berdasarkan KMA nomor 673 tahun 2016 tentang Perubahan Nama Madrasah Aliyah Negeri, Madrasah Tsanawiyah Negeri dan Madrasah Ibtidaiyah Negeri di Provinsi Jawa Timur.

Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sebelumnya adalah Madrasah Aliyah Negeri 3 (MAN 3) Malang, merupakan salah satu Madrasah Aliyah Negeri model di Indonesia yang didirikan berdasarkan alih fungsi dari PGAN Malang dengan SK Menteri Agama nomor: 42 tahun 1992 pada tanggal 7 Januari 1992. Dengan demikian sejarah Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang tidak bisa dipisahkan dari sejarah PGAN Malang yang merupakan salah satu PGAN tertua di Indonesia.

Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang adalah lembaga pendidikan umum ditingkat menengah, yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama dengan mempunyai keunggulan dibidang pemahaman agama Islam. Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang yang sebelumnya bernama MAN 3 Malang telah dipilih oleh Departemen Agama menjadi salah satu MAN Model di Indonesia berdasarkan SK Dirjen Binbaga Islam Nomor E.IV/PP.00.6/KEP/17.A/1998 tanggal 20 Februari 1998 memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat keunggulan akademik dan

nonakademik. Dengan perjalanan yang penuh tantangan berhasil di lalui melalui perjuangan menuju Madrasah yang dijadikan pilihan utama oleh masyarakat.¹²²

Secara kronologis dapat diuraikan sebagai berikut:¹²³

- PGAA Malang dimulai tahun ajaran baru pada tanggal 1 (satu) Agustus 1956, dengan nama PGAAA 1 Malang dengan Kepala R. Soeroso, sedang PGAA II Malang adalah asal dari PGAA Surabaya yang pada tahun 1958 dipindah ke Malang.
- PGAA I Malang menumpang siswa dari PGAA 4 tahun, sedangkan PGAP pada waktu itu (tahun 1956) dipimpin oleh Kepala Bapak Soerat Wirjodihardjo.
- Gedung pertama PGAP dan PGAA 1 Malang adalah di Jalan Bromo No. 1 pagi hari untuk PGAA 1 tahun dan sore hari PGAP 4 tahun.
- Pada tahun ajaran 1956/1957 di Malang masih ada siswa SGHA (bagian dan/Hukum agama) yang kemudian dihapus.
- Gedung PGAA 1 Malang pada pertengahan tahun ajaran 1958 berhubungan dengan gedung baru PGAA 1 sudah selesai pembangunannya yang terletak di jalan Bandung No. 7 Malang, maka gedung yang baru (Jl. Bandung No. 7 Malang) segera ditempati, begitu pula pada PGAP 4 tahun turut pindah di jalan Bandung No. 7 Malang.

¹²² <https://man2kotamalang.sch.id>, diakses pada 10 Maret 2024

¹²³ <https://man2kotamalang.sch.id>, diakses pada 10 Maret 2024

- Pada akhir tahun 1958 PGAA Surabaya dipindah ke Malang dengan nama PGAA II Malang dengan Kepala Ibu Mas'ud yang kemudian tahun 1959 dipindah ke Dinoyo Malang.
- Pada tahun 1958/1959 PGAA I dan PGAP 4 tahun dilebur menjadi satu yaitu PGA Negeri 6 tahun Malang, kelas I s/d VI, dengan Kepala Bapak R.D. Soetario.
- Pada tahun 1961 s/d 1965 kepala sekolah dijabat Bapak R. Soemarsono dan tahun 1966 s/d 1978 Kepala Bapak Drs. Imam Effendi, tahun 1979 s/d 1987 Kepala Bapak Sakat, tahun 1988 s/d 1990 Kepala Bapak H. Sanusi, tahun 1990 s/d akhir 1991 Kepala Drs. Mahsjudin dan Bapak Kepala Drs. Untung Saleh menjabat sejak tanggal 16 Desember 1991 s/d September 1993.
- Pada tanggal 1 Juli 1992 dengan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 42 tahun 1992 PGAN Malang dialihfungsikan menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Malang III dengan kepala sekolah Drs. Untung Saleh.
- Dan pada tanggal 16 Juni 1993 dengan Surat Keputusan Direktorat Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam No. E./55/1993, MAN Malang diberi wewenang untuk menyelenggarakan Madrasah Aliyah Program Khusus.
- Pada tanggal 30 September 1993 dijabat oleh Bapak Drs. H. Kusnan A, sampai dengan tanggal 31 Mei 1998.
- Pada tanggal 20 Februari 1998 dengan Surat Keputusan Direktorat Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam no.

E.IV/Pembinaan.00.6/KEP/17.A/1998 ditunjuk sebagai MAN Model dengan Kepala Drs. H. Kusnan A.

- Pada tanggal 1 Juni 1998 Kepala MAN 3 Malang dijabat Oleh Bapak Drs. H. Munandar menjabat sampai dengan tanggal 20 September 2000.
- Pada tanggal 20 September 2000 Kepala MAN 3 Malang di Jabat oleh Bapak Drs. H. Abdul Djalil, M.Ag sampai dengan tanggal 30 April 2005.
- Kepala MAN 3 Malang Bapak Dr. Imam Sujarwo, M.Pd menjabat dari tanggal 02 Mei 2005 sampai dengan 29 Februari 2012.
- Kepala MAN 3 Malang Bapak Dr. H. Ahmad Hidayatullah, M.Pd menjabat dari tanggal 29 Februari 2012 sampai dengan 11 Agustus 2014.
- Kepala MAN 3 Malang Ibu Dr. Binti Maqsudah, M.Pd menjabat dari tanggal 21 Agustus 2014 sampai dengan bulan Maret 2021.
- Pada tanggal 1 Januari 2018 MAN 3 Malang berubah nama menjadi MAN 2 Kota Malang berdasar KMA nomor 673 tahun 2016 tentang Perubahan Nama Madrasah Aliyah Negeri, Madrasah Tsanawiyah Negeri dan Madrasah Ibtidaiyah Negeri di Provinsi Jawa Timur.
- Kepala MAN 2 Kota Malang Bapak Drs. H. Mohammad Husnan, M.Pd menjabat dari bulan Maret 2021 sampai dengan 01 Nopember 2023.
- Kepala MAN 2 Kota Malang Bapak Dr. H, Samsudin, M.Pd menjabat dari bulan 01 Maret 2023 sampai dengan sekarang.

2. Visi, Misi, dan Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

a. Visi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

“Terwujudnya Madrasah Model Sebagai Pusat Keunggulan Dan Rujukan Dalam Kualitas Akademik Dan Nonakademik Serta Akhlaq Karimah”.¹²⁴

b. Misi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

- 1) Membangun budaya madrasah yang membelajarkan dan mendorong semangat keunggulan.
- 2) Mengembangkan SDM madrasah yang kompeten.
- 3) Menyelenggarakan pendidikan yang menghasilkan lulusan berkualitas akademik dan nonakademik serta berakhlaq karimah.
- 4) Mengembangkan sistem dan manajemen madrasah yang berbasis IT dan penjaminan mutu.
- 5) Mengembangkan dan memelihara lingkungan yang sehat, kondusif, dan harmonis.
- 6) Meningkatkan peran serta stakeholders dalam pengembangan madrasah.
- 7) Mewujudkan Madrasah yang memenuhi standar nasional pendidikan.
- 8) Mewujudkan Madrasah yang berorientasi pada standar internasional.¹²⁵

¹²⁴ <https://man2kotamalang.sch.id>, diakses pada 10 Maret 2024

¹²⁵ <https://man2kotamalang.sch.id>, diakses pada 10 Maret 2024

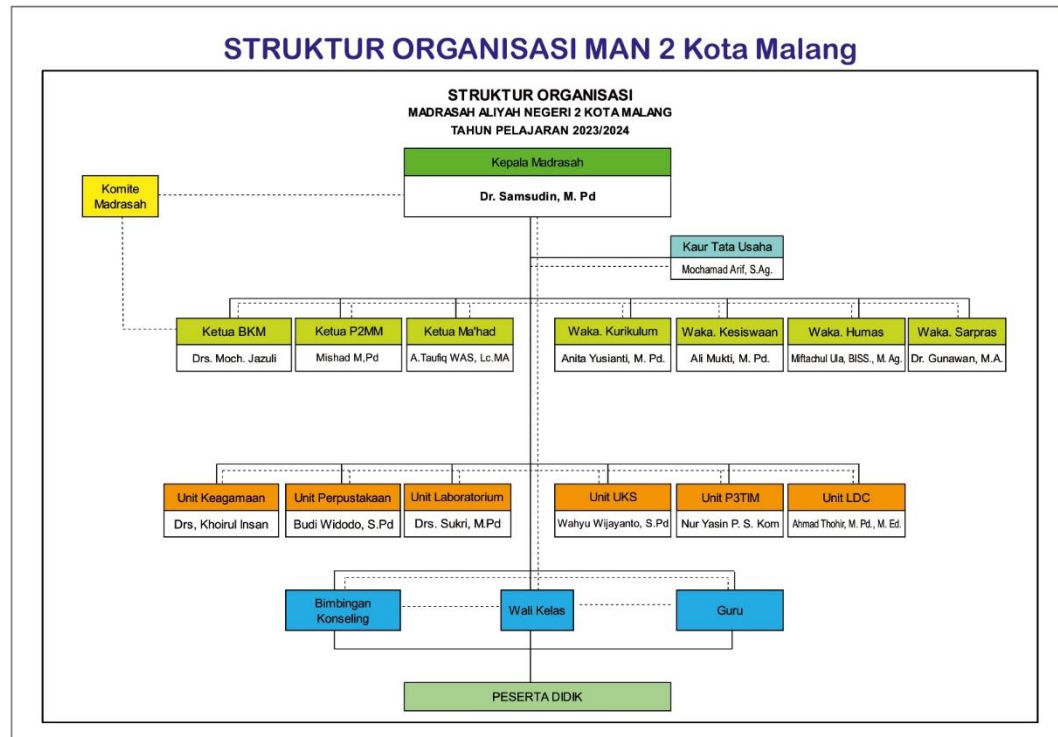
c. Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

- 1) Terwujud lulusan berkualitas akademik dan nonakademik serta berakhlaq karimah.
- 2) Terbangun budaya madrasah yang membelajarkan dalam satu visi.
- 3) Terwujud SDM madrasah yang memiliki kompetensi utuh.
- 4) Terlaksana tatakelola madrasah yang berbasis IT dan sistem penjaminan mutu.
- 5) Terlaksana dan terpelihara lingkungan madrasah yang sehat, kondusif, dan harmonis.
- 6) Terbentuk Stakeholders yang mempunyai rasa memiliki madrasah (school ownership).
- 7) Tercapai standar nasional pendidikan.
- 8) Terwujud madrasah yang berorientasi pada standar internasional.¹²⁶

3. Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

Struktur organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang terdapat pada gambar 4.1 sebagaimana berikut:

¹²⁶ <https://man2kotamalang.sch.id>, diakses pada 10 Maret 2024



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

B. Paparan Data Penelitian

Paparan data penelitian ini akan membahas data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penekanan penelitian yang diangkat, seperti terlihat di bawah ini:

1. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

Perencanaan merupakan suatu konsep perancangan awal yang bertujuan untuk mencapai tujuan madrasah. Dalam hal ini, Humas bertanggung jawab membangkitkan minat masyarakat terhadap sekolah. Untuk mencapai hasil yang diinginkan, hubungan masyarakat memerlukan strategi yang dikembangkan dengan baik. Koordinasi antara Humas dengan personel sekolah lainnya sangat penting dalam mengumpulkan ide dan

pemikiran untuk menyelenggarakan program guna mencapai tujuan institusi.

Sebuah program kelembagaan tidak akan berhasil jika tidak direncanakan dengan baik. Perencanaan yang buruk akan menimbulkan banyak kendala pada tahap pelaksanaan program. Hal ini akan menghambat, bahkan merugikan, aspek-aspek positif dari program tersebut. Di sisi lain, mengkaji secara internal dan eksternal hambatan, keterbatasan, dan peluang yang diperkirakan akan muncul selama pelaksanaan program guna meminimalisir permasalahan pada saat program dijalankan.

Hasil penelitian tentang perencanaan humas untuk meningkatkan citra madrasah untuk menentukan tujuan dan langkah apa saja yang akan diambil melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) yang dimiliki oleh Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sebagai berikut:

a. Peningkatan Citra Madrasah Sebagai Tujuan Program MADU MANJA

Hasil dokumentasi dari buku pedoman manajemen bidang humas 2023/2024 Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, dalam buku itu menyatakan bahwa tujuan manajemen humas harus diselaraskan dengan visi yaitu “Terwujudnya kehumasan yang mampu merancang, mengembangkan, dan menyampaikan semua informasi secara profesional tentang Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sebagai pusat keunggulan dan rujukan kualitas akademik, non akademik dan

akhlaq karimah”.¹²⁷ Hal ini diwujudkan melalui berbagai macam program seperti MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA), Internalisasi Keislaman dan Sains dalam Pengembangan Program Olimpiade (INSAN PRO), sehingga melalui program ini dapat mengangkat minat dan citra masyarakat.

Pernyataan di atas diperkuat hasil wawancara dengan Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala IV Bidang Humas. Beliau menyatakan:

"Humas disini memiliki banyak tujuan, Salah satunya dengan mempertahankan dan meningkatkan citra madrasah lebih baik lagi melalui program-program unggulan madrasah diantaranya MAN 2 Menjelajah Dunia (MADU MANJA). Hal ini dikarenakan Program MADU MANJA dirancang dengan tujuan utama untuk memberikan wawasan internasional kepada siswa kami. Kami ingin mereka tidak hanya berprestasi di tingkat lokal atau nasional, tetapi juga memahami dinamika global. Dengan program ini, siswa dapat belajar langsung dari budaya lain, yang tentunya akan meningkatkan kompetensi bahasa asing mereka. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memperluas jaringan akademik dan sosial mereka di tingkat global. Dengan berinteraksi dengan siswa dari berbagai negara, mereka bisa berbagi pengalaman dan pengetahuan yang sangat berharga."¹²⁸

Ketua Language Development Center (LDC) sekaligus penanggung jawab program MADU MANJA Bapak Ahmad Thohir Yoga juga menyatakan hal demikian yaitu:

“Sebagai bentuk upaya mewujudkan tujuan madrasah melalui peningkatan citra, Program MADU MANJA sangat efektif. Dengan adanya program ini, dapat meningkatkan kompetensi bahasa asing siswa kami. Sebelum keberangkatan, siswa mendapatkan pelatihan intensif dalam bahasa Inggris atau bahasa negara tujuan. Selain itu, selama mengikuti program di luar negeri, mereka terus berinteraksi dalam bahasa asing sehari-hari, baik dalam situasi akademik maupun sosial. Pengalaman

¹²⁷ Mohammad Afif Choironi, *Hasil Dokumentasi Penelitian Di MAN 2 Kota Malang* (Malang, 2024).

¹²⁸ Miftachul Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas* (Malang, 2024).

ini sangat berbeda dengan pembelajaran di kelas karena mereka harus menggunakan bahasa tersebut dalam kehidupan nyata, yang tentunya mempercepat proses penguasaan bahasa.”¹²⁹

Hasil observasi penelitian menunjukkan hal yang sama dengan wawancara di atas, yang menunjukkan bahwa Tujuan Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Malang dalam meningkatkan citra melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) sangat jelas dan terukur. Program ini bukan hanya bertujuan untuk memberikan pengalaman internasional kepada siswa tetapi juga untuk meningkatkan kompetensi bahasa asing, memperluas jaringan akademik dan sosial, serta memperkuat citra positif madrasah di mata masyarakat. Melalui pelaksanaan yang komprehensif dan dampak yang terukur, MADU MANJA telah berhasil menjadi salah satu program unggulan yang memperkuat posisi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sebagai madrasah yang berorientasi global.¹³⁰

Dari hasil paparan penelitian, dapat disimpulkan bahwa program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang memiliki tujuan yang jelas untuk meningkatkan citra madrasah melalui pemberian wawasan internasional kepada siswa, meningkatkan kompetensi bahasa asing mereka, serta memperluas jaringan akademik dan sosial di tingkat global. Program ini mendapatkan dukungan penuh dari pihak sekolah, guru, dan siswa, serta memberikan dampak positif yang signifikan dalam pengembangan kompetensi dan jaringan siswa.

¹²⁹ Ahmad Thohir Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA* (Malang, 2024).

¹³⁰ Mohammad Afif Choironi, *Hasil Observasi Penelitian Di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang* (Malang, 2024).

b. Penetapan Sasaran dan Program MADU MANJA

Manajemen Humas melalui Program MADU MANJA untuk Meningkatkan Citra Madrasah dimulai dengan menetapkan sasaran dan strategi pelaksanaan diawali dengan rapat perencanaan yang dilakukan setiap menjelang pelaksanaan program. Hasil observasi menunjukkan bahwa perencanaan awal dilakukan ketika awal tahun pembelajaran dengan agenda penyusunan strategi dan sasaran program MADU MANJA yang meliputi kelas persiapan TOEFL, pembinaan klub-klub bahasa asing, guru tamu asing, kolaborasi dengan pendidikan luar negeri, dan pertukaran pelajar. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku ketua program MADU MANJA, beliau menyampaikan:

“Program MADU MANJA itu terdiri dari 5 program meliputi kelas TOEFL wajib untuk semua siswa, pembinaan klub-klub bahasa asing, guru tamu asing, kolaborasi dengan pendidikan luar negeri, dan pertukaran pelajar. Yang mana keempat program terakhir dikhususkan kepada siswa yang berminat dan sesuai dengan peraturan.”¹³¹

Selain itu, Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga memperkuat pernyataan yang telah dipaparkan di atas. Beliau menyatakan:

“Perlu diketahui mas, Program MAN Dua Menjelajah Dunia atau familiar dengan program MADU MANJA tidak hanya terdiri dari 1 program saja melainkan memiliki 5 cabang model kegiatan yaitu kelas persiapan TOEFL, pembinaan klub-klub bahasa asing, guru tamu asing, kolaborasi dengan pendidikan luar negeri, dan pertukaran pelajar.”¹³²

¹³¹ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

¹³² Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

Observasi penelitian menunjukkan bahwa Program MADU MANJA khusus kelas TOEFL diwajibkan untuk semua siswa sedangkan untuk program lainnya tidak wajib diikuti oleh siswa melainkan bagi siswa yang berminat dan mendapatka rekomendasi orang tua. kemudian pernyataan ini diperkuat hasil wawancara dengan Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah. Beliau menyatakan:

“Proses penentuan sasaran program MADU MANJA dilakukan secara cermat dan terencana. Pertama-tama, kami menetapkan tujuan jangka panjang madrasah dalam meningkatkan citra internasional. Kemudian, kami melakukan evaluasi terhadap kebutuhan siswa dan peluang yang tersedia. Setelah itu, kami menetapkan sasaran yang spesifik, seperti jumlah siswa yang akan berpartisipasi, negara tujuan, dan kriteria seleksi. Sasaran tersebut kemudian diumumkan kepada siswa dan orang tua melalui berbagai saluran komunikasi. Seperti contoh program TOEFL itu juga dibawah naungan MADU MANJA yang mana semua siswa wajib lulus dan mendapatkan sertifikasi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.”¹³³

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas, juga menyatakan hal demikian yaitu:

“Proses penentuan sasaran program MADU MANJA melibatkan beberapa tahapan yang cermat. Pertama-tama, kami melakukan evaluasi terhadap kebutuhan siswa dan peluang yang tersedia di lingkungan madrasah. Kami juga melihat visi dan misi madrasah serta tujuan jangka panjang dalam meningkatkan citra internasional. Setelah itu, kami menetapkan sasaran yang spesifik, termasuk jumlah siswa yang akan berpartisipasi, negara tujuan, dan kriteria seleksi siswa. Kami memastikan bahwa sasaran yang ditetapkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan madrasah serta dapat memberikan manfaat maksimal bagi siswa.”¹³⁴

¹³³ Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang* (Malang, 2024).

¹³⁴ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

Kemudian diperkuat hasil wawancara Ketua Language Development Center (LDC) sekaligus penanggung jawab program MADU MANJA Bapak Ahmad Thohir Yoga. Beliau menyatakan:

“Kriteria penyeleksian siswa untuk program MADU MANJA mencakup beberapa aspek. Pertama-tama, kami menilai kemampuan bahasa asing siswa, karena kemampuan komunikasi menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan di luar negeri. Selain itu, kami juga menilai prestasi akademik dan non-akademik siswa, serta motivasi dan kematangan emosional mereka untuk menghadapi pengalaman baru di lingkungan internasional. Kami juga memberikan prioritas kepada siswa yang belum pernah mengikuti program serupa sebelumnya untuk memberikan kesempatan kepada yang lain. Oleh karena itu program MADU MANJA melalui kegiatan TOEFL wajib diikuti semua siswa.”¹³⁵

Dari hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa penentuan sasaran program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dilakukan dengan cermat dan terencana. Penentuan sasaran program MADU MANJA melibatkan evaluasi kebutuhan siswa dan peluang yang tersedia, sementara strategi komunikasi dirancang untuk mencapai target audiens secara maksimal melalui berbagai saluran komunikasi. Pengukuran efektivitas strategi komunikasi dilakukan melalui analisis data dan umpan balik dari berbagai pihak terkait. Kriteria seleksi siswa mencakup aspek kemampuan bahasa asing, prestasi akademik dan non-akademik, serta motivasi dan kematangan emosional. Kesempatan untuk belajar di luar negeri melalui program ini menjadi daya tarik tersendiri bagi siswa yang memiliki minat dalam berinteraksi dengan budaya dan bahasa asing, serta meningkatkan kemampuan dan pengalaman pribadi mereka.

¹³⁵ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

c. Strategi Pelaksanaan Program MADU MANJA

Manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang direncanakan dengan cermat dan sangat teliti maka strategi pengelolaan program ini menurut hemat peneliti dari hasil penelitian yang ada dibawah ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Publikasi kegiatan dan prestasi

Hasil wawancara dengan Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas. Beliau menyatakan:

“Strategi perencanaan kami terfokus pada mengoptimalkan berbagai saluran komunikasi untuk mempromosikan program MADU MANJA. Kami melakukan penelitian pasar untuk memahami kebutuhan siswa dan minat masyarakat terhadap program pertukaran pelajar. Setelah itu, kami merancang konten yang menarik dan informatif untuk media sosial, website sekolah, brosur, dan seminar informasi. Kami juga mengadakan pertemuan internal dengan tim manajemen untuk meninjau dan menyempurnakan strategi secara berkala.”¹³⁶

Ketua Language Development Center (LDC) sekaligus penanggung jawab program MADU MANJA Bapak Ahmad Thohir Yoga juga menyatakan:

“Publikasi kegiatan dan prestasi sangat penting untuk memperkuat citra madrasah. Ini memberikan bukti konkret tentang komitmen kami terhadap pembelajaran yang berkualitas dan pencapaian yang luar biasa dari siswa dan guru. Selain itu, publikasi ini juga meningkatkan kepercayaan dari orang tua dan masyarakat umum terhadap madrasah.”¹³⁷

¹³⁶ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas.*

¹³⁷ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA.*

Bapak Farid Nasrullah selaku Guru Madrasah Aliyah Negeri

2 Kota Malang juga menyatakan:

“Saya melihat bahwa strategi komunikasi yang digunakan sangat efektif dalam menjangkau berbagai segmen audiens. Penggunaan media sosial memungkinkan kami untuk mencapai siswa secara langsung, sementara halaman khusus di website sekolah memberikan informasi yang komprehensif kepada orang tua. Brosur juga menjadi cara yang baik untuk menjangkau masyarakat luas. Sementara seminar informasi memberikan kesempatan bagi siswa dan orang tua untuk bertemu langsung dengan pihak terkait dan mendapatkan penjelasan lebih lanjut tentang program.”¹³⁸

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa Humas Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang memiliki strategi yang efektif dalam mempublikasikan kegiatan dan prestasi madrasah. Publikasi ini tidak hanya memperkuat citra madrasah di mata masyarakat, tetapi juga memberikan motivasi dan pengakuan kepada siswa dan guru atas pencapaian mereka. Pelaksanaan strategi publikasi yang komprehensif, Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dapat terus memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berkualitas. Dengan menerapkan strategi perencanaan yang komprehensif seperti ini, Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dapat memastikan bahwa program MADU MANJA dapat mencapai tujuan dan manfaatnya secara maksimal bagi siswa dan madrasah.

2) Memanfaatkan media sosial untuk penyebaran informasi

Pemanfaatan media sosial sangat penting untuk menyebarkan informasi kepada wali murid dan siswa, observasi

¹³⁸ Farid Nasrullah, *Hasil Wawancara Dengan Guru* (Malang, 2024).

penelitian pada program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah dapat dilihat dari postingan media sosial terkait informasi pelaksanaan program MADU MANJA. Pernyataan ini juga disampaikan oleh Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas. Beliau menyatakan:

“Kami aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk mempublikasikan kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan informasi penting lainnya. Kami mengunggah foto, video, dan tulisan singkat yang menarik perhatian pengikut kami. Selain itu, kami juga berinteraksi dengan pengikut kami melalui komentar dan pesan langsung untuk menjaga keterlibatan mereka.”¹³⁹
Ketua Language Development Center (LDC) sekaligus

penanggung jawab program MADU MANJA Bapak Ahmad Thohir Yoga juga menyatakan hal demikian:

“Salah satu manfaat utama adalah jangkauan yang luas. Dengan media sosial, kami dapat mencapai tidak hanya siswa dan orang tua, tetapi juga alumni, masyarakat, dan bahkan calon siswa. Selain itu, media sosial memberikan kemampuan untuk berbagi informasi secara cepat dan langsung, serta memfasilitasi interaksi antara pengguna dan madrasah.”¹⁴⁰

Bapak Farid Nasrullah selaku Guru Madrasah Aliyah Negeri

2 Kota Malang juga menyatakan:

“Saya merasa penggunaan media sosial oleh madrasah sangat positif. Ini membuat informasi tentang kegiatan sekolah lebih mudah diakses dan lebih menarik bagi khalayak umum. Selain itu, melalui media sosial, juga dapat berkomunikasi dengan guru dan siswa di luar jam sekolah.”¹⁴¹

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang telah berhasil

¹³⁹ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas.*

¹⁴⁰ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA.*

¹⁴¹ Nasrullah, *Hasil Wawancara Dengan Guru.*

memanfaatkan media sosial dengan baik untuk penyebaran informasi. Dengan pendekatan yang aktif dan terlibat, madrasah dapat mencapai jangkauan yang luas dan menjaga keterlibatan dengan berbagai stakeholder. Pemanfaatan media sosial ini tidak hanya meningkatkan transparansi dan keterbukaan madrasah, tetapi juga memperkuat hubungan antara madrasah, siswa, orang tua, dan masyarakat umum.

3) Menjalinkan kerja sama dengan masyarakat atau wali murid

Program MADU MANJA tidak akan berjalan dengan lancar tanpa ada dukungan dengan pihak wali murid. Hal ini dikarenakan semacam bentuk program kerja yang melibatkan siswa harus diketahui oleh wali murid. Pernyataan ini disampaikan oleh Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah. Beliau menyatakan:

“Kami memiliki berbagai cara untuk menjalin kerja sama dengan masyarakat dan wali murid. Salah satunya adalah dengan mengadakan pertemuan rutin antara guru dan orang tua siswa untuk membahas perkembangan akademik dan non-akademik siswa. Kami juga mengundang masyarakat dan wali murid untuk berpartisipasi dalam kegiatan sekolah seperti acara sosial, seminar, dan kegiatan ekstrakurikuler.”¹⁴²

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Kami memiliki rencana untuk terus meningkatkan hubungan dengan masyarakat dan orang tua siswa di masa depan. Salah satunya adalah dengan terus memperbarui dan meningkatkan konten yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi. Kami juga berencana untuk lebih aktif melibatkan masyarakat dalam kegiatan sekolah dan mendengarkan lebih banyak masukan dari mereka. Selain itu, kami akan terus memantau perkembangan teknologi dan

¹⁴² Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

tren komunikasi untuk memastikan bahwa kami tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan informasi.¹⁴³

Bapak Khotibul Umam Selaku wali murid juga menyatakan hal demikian:

“Saya merasa bahwa kerja sama antara sekolah dan orang tua sangat baik di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Kami sering diajak berpartisipasi dalam kegiatan sekolah dan diberi kesempatan untuk memberikan masukan dan feedback. Hal ini membuat kami merasa terlibat dalam pendidikan anak-anak kami dan meningkatkan komunikasi antara sekolah dan rumah.”¹⁴⁴

Berdasarkan hasil paparan penelitian bahwa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang telah berhasil menjalin kerja sama yang baik dengan masyarakat dan wali murid. Melalui berbagai cara seperti pertemuan rutin, partisipasi dalam kegiatan sekolah, dan dukungan aktif dalam berbagai kegiatan, hubungan antara sekolah dan masyarakat terjaga dengan baik. Kerja sama ini menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi siswa, serta memperkuat keterlibatan orang tua dalam pendidikan anak-anak mereka.

d. Kerja Sama dengan Lembaga Luar Negeri

Pada era globalisasi yang semakin maju, kolaborasi internasional menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Kerja sama dengan lembaga luar negeri tidak hanya membuka akses ke sumber daya dan pengetahuan yang lebih luas, tetapi juga memperluas wawasan dan keterampilan siswa serta tenaga

¹⁴³ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

¹⁴⁴ Khotibul Umam, *Hasil Wawancara Dengan Wali Murid* (Malang, 2024).

pendidik. Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, sebagai salah satu lembaga pendidikan yang berkomitmen terhadap peningkatan mutu pendidikan, telah menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga luar negeri.

Program MADU MANJA merupakan salah satu bentuk representasi untuk mewujudkan hal tersebut, maka diperlukan kerja sama dengan lembaga pendidikan luar negeri. Hasil wawancara dengan Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah. Beliau menyatakan:

“Kami menjalin kerjasama dengan berbagai institusi pendidikan internasional dan organisasi pertukaran pelajar melalui serangkaian langkah. Pertama, kami aktif mengikuti forum pendidikan internasional dan pertemuan dengan perwakilan institusi pendidikan dari berbagai negara. Kami juga menjalin hubungan dengan organisasi pertukaran pelajar dan mengikuti program-program pertukaran yang mereka tawarkan. Selain itu, kami berusaha membangun jaringan dan menjaga komunikasi terbuka dengan berbagai lembaga pendidikan di luar negeri untuk memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara siswa dan guru.”¹⁴⁵

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Tujuan utama dari program MADU MANJA adalah memberikan pengalaman belajar internasional kepada siswa kami. Kami ingin melengkapi pembelajaran di dalam kelas dengan pengalaman langsung di luar negeri, yang dapat memperluas wawasan siswa tentang budaya, bahasa, dan sistem pendidikan di negara lain. Selain itu, kami juga berharap program ini dapat membantu siswa dalam pengembangan keterampilan antarbudaya dan kemampuan beradaptasi dalam lingkungan yang berbeda.”¹⁴⁶

¹⁴⁵ Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

¹⁴⁶ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

Ketua Language Development Center (LDC) sekaligus penanggung jawab program MADU MANJA Bapak Ahmad Thohir Yoga juga menyatakan:

“Program MADU MANJA diinisiasi sebagai upaya untuk memberikan pengalaman internasional kepada siswa kami. Ide tersebut muncul dari kesadaran akan pentingnya pembelajaran lintas budaya dalam pendidikan. Kami kemudian bekerja sama dengan berbagai institusi pendidikan internasional dan organisasi pertukaran pelajar untuk mengembangkan program ini lebih lanjut, termasuk merancang kurikulum, menentukan tujuan, dan menyusun agenda kegiatan.”¹⁴⁷

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa bahwa kerjasama dengan institusi pendidikan internasional dan organisasi pertukaran pelajar memberikan manfaat yang besar bagi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dan siswanya. Program-program kerjasama ini membuka peluang belajar dan pengalaman baru yang berharga bagi siswa, serta memperluas jaringan sosial dan akademik mereka. Kolaborasi ini juga menunjukkan komitmen madrasah dalam memberikan pendidikan yang berkualitas dan berkelanjutan melalui kerjasama lintas budaya.

2. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

Pelaksanaan program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang terdiri dari beberapa tahapan yang disesuaikan dengan masing-masing program. Metode ini tetap memperhatikan acuan yang

¹⁴⁷ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

digunakan untuk membuat rencana pengembangan program yang efektif. Kesimpulan dari rapat kerja tersebut selanjutnya akan dipadukan menjadi pedoman strategi pengembangan yang akan dibedakan berdasarkan program yang ada di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

a. Seleksi dan Penetapan Peserta Program

Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang merupakan inisiatif unggulan yang bertujuan untuk memberikan wawasan internasional kepada siswa melalui pengalaman belajar di luar negeri. Salah satu elemen kunci keberhasilan program ini adalah proses seleksi peserta yang dilakukan secara transparan dan objektif. Proses seleksi ini mencakup berbagai kriteria seperti kemampuan bahasa asing, keterampilan interpersonal, serta diutamakan siswa yang memiliki kemampuan prestasi dan mendapatkan izin wali murid guna memastikan bahwa peserta yang terpilih benar-benar memenuhi standar dan dapat memaksimalkan manfaat dari program ini. Hasil wawancara dengan ketua program Bapak Ahmad Thohir Yoga mengenai proses seleksi peserta untuk program MADU MANJA.

“Program MADU MANJA tidak hanya terdiri 1 program melainkan terdapat 5 program yang sudah dijelaskan tadi. Salah satu program yang wajib diikuti semua siswa itu kelas TOEFL sedangkan untuk yang lainnya harus memenuhi beberapa kriteria Pertama, kami mengumumkan pendaftaran dan memberikan informasi lengkap tentang kriteria dan persyaratan yang harus dipenuhi. Siswa yang berminat harus mengisi formulir pendaftaran dan melampirkan dokumen pendukung. Hal ini dikarenakan untuk program terakhir yang saya sebutkan tadi segala macam kebutuhan/dana ditanggung peserta”¹⁴⁸

¹⁴⁸ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Kriteria utama dalam seleksi peserta meliputi kemampuan bahasa asing, dan keterampilan interpersonal. Untuk program MADU MANJA sendiri persyaratan ini hanya berlaku untuk beberapa program saja, namun khusus untuk kegiatan program TOEFL secara wajib harus diikuti semua siswa dan lulus dengan kriteria yang ditentukan.”¹⁴⁹

Ibu Wulaida selaku Ketua INSAN PRO menyatakan:

“Setahu saya, proses seleksi program MADU MANJA sangat ketat dan menantang, tetapi juga adil dan transparan. Dimana siswa harus mempersiapkan diri dengan baik, terutama untuk tes bahasa asing dan wawancara. Saya merasa semua tahapan seleksi sangat objektif karena didasarkan pada kemampuan dan prestasi.”¹⁵⁰

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa proses seleksi peserta untuk program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dilakukan secara transparan dan objektif dengan kriteria yang jelas. Prestasi akademik, kemampuan bahasa asing, dan keterampilan interpersonal menjadi faktor utama dalam penilaian. Proses yang ketat dan adil ini memastikan bahwa peserta yang terpilih benar-benar memenuhi standar dan siap untuk memanfaatkan kesempatan belajar di luar negeri sebaik mungkin serta untuk program TOEFL wajib diikuti semua siswa.

b. Pendampingan dan Realisasi Program MADU MANJA

Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengalaman internasional kepada siswa, tetapi juga

¹⁴⁹ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

¹⁵⁰ Wulaida, *Hasil Wawancara Dengan Ketua INSAN PRO Dan Guru* (Malang, 2024).

memastikan bahwa mereka siap secara akademis, emosional, dan budaya sebelum berangkat. Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan intensif menjadi bagian penting dari persiapan program ini. Siswa yang terpilih mendapatkan berbagai bentuk pendampingan untuk memastikan mereka mampu menghadapi tantangan di lingkungan baru dan memaksimalkan manfaat dari pengalaman belajar di luar negeri. Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program mengenai proses pendampingan yang dilakukan sebelum keberangkatan siswa dalam program MADU MANJA sebagai berikut:

“Proses pendampingan dilakukan disetiap kegiatan yang sudah dijelaskan tadi. Kami menyusun program pelatihan intensif yang mencakup berbagai aspek, seperti pelatihan bahasa asing, pembekalan budaya, dan sesi pengembangan keterampilan interpersonal. Kami bekerja sama dengan para guru bahasa dan konselor untuk memastikan siswa memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Selain itu, kami juga mengundang alumni yang telah mengikuti program ini untuk berbagi pengalaman dan memberikan tips tentang bagaimana beradaptasi dengan lingkungan baru.”¹⁵¹

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Dalam sesi pelatihan, kami fokus pada peningkatan kemampuan bahasa asing siswa, terutama bahasa Inggris. Siswa mengikuti kelas intensif yang meliputi latihan berbicara, menulis, mendengarkan, dan membaca. Selain itu, kami juga memberikan pembekalan budaya di mana siswa belajar tentang adat istiadat, etika, dan kebiasaan di negara tujuan mereka. Sesi pengembangan keterampilan interpersonal juga sangat penting, di mana siswa dilatih untuk bekerja dalam tim, memecahkan masalah, dan mengelola stres. Semua ini dirancang untuk memastikan bahwa siswa siap secara menyeluruh sebelum keberangkatan.”¹⁵²

¹⁵¹ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA.*

¹⁵² Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas.*

Saudara Ahmad Rifqi selaku siswa kelas X juga memperkuat pemaparan yang disampaikan di atas sebagai berikut:

“Pengalaman saya selama pelatihan dan pendampingan sangat berharga. Kami tidak hanya belajar bahasa dan budaya negara tujuan, tetapi juga mendapat banyak bimbingan tentang bagaimana beradaptasi dengan lingkungan baru. Para guru dan konselor sangat mendukung dan selalu siap membantu kami. Kami juga melakukan simulasi situasi sehari-hari yang mungkin kami hadapi di luar negeri, seperti cara berinteraksi dengan teman-teman internasional dan menghadapi perbedaan budaya. Semua ini membuat saya merasa lebih percaya diri dan siap untuk menjalani program ini.”¹⁵³

Selain itu, hasil observasi penelitian menunjukkan bahwa untuk pelaksanaan dan pendampingan program MADU MANJA dibagi menjadi beberapa bagian 1) Kelas TOEFL wajib diikuti semua siswa, 2) Pendampingan klub bahasa asing yang terdiri dari bahasa inggris, arab, jerman, perancis, jepang, 3) Guru tamu asing dari berbagai negara seperti malaysia, perancis, jerman, arab, 4) Kolaborasi dengan pendidikan luar negeri seperti seminar, FGD, pelatihan dengan UIIS Malaysia, National University of Singapore. 5) Pertukaran pelajar dengan lembaga pendidikan Australia dan Amerika.

Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang memberikan pendampingan yang intensif dan komprehensif bagi siswa yang terpilih untuk program MADU MANJA. Pelatihan meliputi peningkatan kemampuan bahasa asing, pembekalan budaya, dan pengembangan keterampilan interpersonal, yang semuanya bertujuan untuk memastikan kesiapan siswa menghadapi tantangan di lingkungan baru. Pengalaman siswa selama pendampingan juga menunjukkan bahwa

¹⁵³ Ahmad Rifqi, *Hasil Wawancara Dengan Siswa Kelas X* (Malang, 2024).

program ini memberikan dukungan yang sangat dibutuhkan untuk sukses dalam pengalaman internasional mereka.

c. Komunikasi dan Koordinasi dengan Lembaga Lain

Komunikasi dan koordinasi yang efektif merupakan kunci keberhasilan program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Program ini memerlukan sinergi antara berbagai pihak, termasuk pihak sekolah, siswa, orang tua, dan lembaga pendidikan internasional. Dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi dan koordinasi, Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang memastikan bahwa semua informasi terkait program tersampaikan dengan baik, kegiatan terorganisir dengan efisien, dan tujuan program tercapai secara optimal. Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program sebagai berikut:

“Kami menjalin komunikasi dan koordinasi dengan lembaga lain melalui beberapa cara. Pertama, kami membangun jaringan dengan institusi pendidikan dan organisasi pertukaran pelajar internasional melalui berbagai forum dan konferensi pendidikan. Kami juga melakukan komunikasi rutin melalui email, telepon, dan video konferensi untuk membahas perkembangan program, kebutuhan siswa, dan koordinasi kegiatan. Selain itu, kami menandatangani nota kesepahaman (MoU) dengan lembaga-lembaga tersebut untuk memastikan komitmen bersama dalam menyelesaikan program ini. Contohnya IIEF, University of Singapore, UIIS Malaysia, Big Piney High School USA.”¹⁵⁴

Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang juga menyatakan hal demikian:

“Kami menggunakan pendekatan multi-saluran untuk komunikasi dan koordinasi. Pertama, kami memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk menyebarkan informasi program secara luas dan cepat. Kami juga rutin memperbarui website sekolah dengan berita dan

¹⁵⁴ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

artikel terkait program. Selain itu, kami mengadakan seminar informasi dan sesi tanya jawab secara berkala untuk memberikan penjelasan mendetail kepada siswa dan orang tua. Untuk koordinasi dengan lembaga internasional, kami menggunakan email, telepon, dan konferensi video untuk memastikan bahwa semua pihak terinformasi dan berkoordinasi dengan baik. Dokumentasi dan laporan rutin juga dibuat untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan program.”¹⁵⁵

Faizal Cahyo siswa kelas XI merupakan salah satu peserta

Student Exchange di Amerika juga menyatakan:

“Pengalaman saya sangat positif. Pihak sekolah selalu memberikan informasi yang jelas dan tepat waktu mengenai program ini. Kami diberi akses ke grup WhatsApp peserta dan untuk pemantauan juga dibuatkan grup WhatsApp orang tua yang mana memudahkan komunikasi dengan guru dan staf Humas. Sekolah juga rutin mengadakan pertemuan baik wali murid dan juga peserta untuk membahas perkembangan dan persiapan program. Selain itu, kami bisa langsung menghubungi koordinator program jika ada pertanyaan dan kendala yang kami alami ketika berada disana. Pendekatan komunikasi yang terbuka dan responsif membantu saya sebagai peserta merasa didukung penuh dalam mengikuti program ini. Koordinasi yang baik ini memastikan bahwa semua kebutuhan terpenuhi dan siap menjalani pengalaman internasional sesuai yang diharapkan madrasah.¹⁵⁶

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif menjadi kunci sukses program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Humas sekolah menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan siswa serta orang tua. Koordinator program menjaga komunikasi yang intens dan terstruktur dengan lembaga pendidikan internasional, sementara komunikasi yang terbuka dan responsif baik siswa maupun orang tua memastikan berjalannya

¹⁵⁵ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

¹⁵⁶ Faizal Cahyo, *Hasil Wawancara Dengan Siswa Kelas XI* (Malang, 2024).

program ini. Kombinasi strategi komunikasi ini memastikan semua pihak yang terlibat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan dapat berkontribusi secara optimal terhadap keberhasilan program.

d. Monitoring Program MADU MANJA

Monitoring yang efektif merupakan salah satu kunci keberhasilan program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Monitoring dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa setiap aspek program berjalan sesuai rencana dan tujuan dapat tercapai. Monitoring ini melibatkan berbagai pihak, termasuk pengelola program, guru pendamping, dan perwakilan lembaga pendidikan internasional, untuk memantau perkembangan siswa, mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang muncul, serta memastikan kualitas dan keberlanjutan program. Hasil wawancara dengan Ketua Program Bapak Ahmad Thohir Yoga sebagai berikut.

“Proses monitoring kami dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, sebelum keberangkatan, kami memastikan bahwa semua persiapan administratif dan logistik sudah lengkap. Selama program berlangsung, kami berkomunikasi secara rutin dengan siswa dan lembaga mitra melalui email dan platform video konferensi untuk memantau perkembangan. Kami juga meminta laporan mingguan dari siswa dan guru pendamping mengenai kegiatan dan pengalaman mereka. Selain itu, kami mengadakan sesi evaluasi berkala untuk mengidentifikasi masalah dan mencari solusi secara cepat. Monitoring yang terstruktur ini memastikan bahwa program berjalan lancar dan siswa mendapatkan manfaat maksimal dari pengalaman internasional mereka.”¹⁵⁷

¹⁵⁷ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Fokus utama dalam proses monitoring adalah perkembangan akademis dan kesejahteraan siswa. Kami memastikan bahwa siswa mengikuti kurikulum yang ditetapkan dan mendapatkan nilai yang memuaskan. Selain itu, kami juga memantau adaptasi mereka terhadap lingkungan baru, termasuk bagaimana mereka berinteraksi dengan teman-teman baru dan menghadapi tantangan budaya. Kami juga memantau aspek kesehatan dan keselamatan siswa dengan berkomunikasi dengan lembaga mitra mengenai kondisi harian siswa. Evaluasi ini melibatkan umpan balik dari siswa, guru pendamping, dan lembaga mitra untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang kemajuan program.”¹⁵⁸

Hasil wawancara di atas diperjelas dengan observasi penelitian yang menunjukkan bahwa proses monitoring dilaksanakan dalam 3 kurun waktu yaitu sebelum pemberangkatan, ketika pelaksanaan, dan setelah pelaksanaan. Hal ini dilakukan karena untuk memastikan program kerja berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan madrasah.

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa monitoring yang dilakukan dalam program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sangat terstruktur dan menyeluruh. Pengelola program, koordinator, dan siswa semua terlibat dalam proses ini untuk memastikan bahwa setiap aspek program berjalan dengan baik. Fokus monitoring tidak hanya pada perkembangan akademis, tetapi juga pada adaptasi budaya, kesejahteraan, dan keselamatan siswa. Proses monitoring yang efektif

¹⁵⁸ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

ini memastikan kelancaran program dan membantu siswa memaksimalkan manfaat dari pengalaman internasional mereka.

3. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

a. Pencapaian Target

Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk mengembangkan manajemen humas guna meningkatkan citra madrasah di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan reputasi madrasah di mata masyarakat. Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman internasional kepada siswa, meningkatkan kompetensi bahasa asing, dan memperluas jaringan akademik dan sosial siswa di tingkat global. Hasil observasi menunjukkan bahwa berbagai prestasi yang diraih siswa di kancah internasional melalui program ini telah membawa nama baik madrasah dan meningkatkan citra positif Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang seperti diraihnya medali emas dan perunggu pada ajang International Economics Olympiads (IEOx) serta juga banyaknya siswa yang diterima di perguruan tinggi internasional seperti University of Sydney Australia, University of Toronto Kanada.¹⁵⁹

Pernyataan di atas diperkuat wawancara dengan Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah sebagai berikut:

¹⁵⁹ Choironi, *Hasil Observasi Penelitian Di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

“Program MADU MANJA telah memberikan dampak yang sangat positif terhadap reputasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Siswa-siswa kami yang berpartisipasi dalam program ini berhasil meraih berbagai prestasi di kancah internasional, seperti memenangkan lomba, meraih beasiswa internasional, dan berpartisipasi dalam program pertukaran pelajar. Prestasi-prestasi ini tidak hanya membanggakan siswa dan orang tua, tetapi juga memperkuat citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan berdaya saing global. Selain itu, program ini juga menunjukkan komitmen kami dalam memberikan pendidikan yang berorientasi internasional dan berstandar tinggi.”¹⁶⁰

Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program juga menyatakan hal demikian:

“Siswa-siswa yang mengikuti program MADU MANJA telah meraih berbagai prestasi yang membanggakan. Beberapa siswa kami telah memenangkan olimpiade di tingkat internasional. Ada juga siswa yang berhasil mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan studi di luar negeri. Prestasi-prestasi ini secara langsung meningkatkan citra madrasah sebagai lembaga yang mampu menghasilkan siswa-siswa berprestasi dan kompetitif di kancah global. Selain itu, publikasi mengenai prestasi siswa ini di media sosial dan website sekolah juga mendapatkan respons positif dari masyarakat, yang semakin memperkuat reputasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.”¹⁶¹

Bapak Khotibul Umam selaku wali murid menyatakan:

“Sebagai orang tua, saya sangat bangga dengan prestasi yang diraih oleh anak-anak kami melalui program MADU MANJA. Program ini tidak hanya memberikan pengalaman berharga bagi siswa, tetapi juga meningkatkan reputasi madrasah di mata masyarakat. Banyak orang tua yang kini tertarik untuk menyekolahkan anak-anak mereka di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang karena melihat peluang dan prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswa sebelumnya. Pemberitaan di media dan testimoni positif dari siswa dan orang tua juga berkontribusi besar dalam membangun citra positif madrasah. Program ini menunjukkan bahwa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang serius dalam mengembangkan potensi siswa dan memberikan mereka kesempatan untuk berprestasi di tingkat internasional.”¹⁶²

¹⁶⁰ Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

¹⁶¹ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

¹⁶² Umam, *Hasil Wawancara Dengan Wali Murid*.

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa program MADU MANJA memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan reputasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Prestasi-prestasi internasional yang diraih oleh siswa melalui program ini telah membawa nama baik madrasah dan meningkatkan citra positifnya di mata masyarakat. Dukungan penuh dari kepala sekolah, guru, dan orang tua serta publikasi yang efektif tentang keberhasilan program ini semakin memperkuat reputasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berdaya saing global.

b. Pelaksanaan Evaluasi

Wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan program ini memberikan gambaran tentang bagaimana evaluasi dilaksanakan, kriteria yang digunakan, serta implikasi dari hasil evaluasi tersebut. Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program sebagai berikut:

“Kami menggunakan berbagai kriteria dalam evaluasi program pertukaran pelajar, termasuk keberhasilan siswa dalam beradaptasi dengan lingkungan baru, prestasi akademis mereka di lembaga mitra, dan dampak program terhadap pengembangan keterampilan sosial dan budaya siswa. Hasil evaluasi ini digunakan untuk membuat perbaikan dalam penyelenggaraan program, seperti penyediaan lebih banyak dukungan bagi siswa dalam beradaptasi, peningkatan kualitas pengajaran, dan pengembangan kurikulum yang lebih sesuai dengan kebutuhan siswa.”¹⁶³

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga Menyatakan hal demikian:

¹⁶³ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

“Proses evaluasi program MADU MANJA dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Kami mengevaluasi berbagai aspek program, termasuk partisipasi siswa, pencapaian target, dampak terhadap citra madrasah, dan kepuasan peserta. Evaluasi dilakukan melalui berbagai metode, termasuk survei, wawancara, observasi, dan analisis data. Hasil evaluasi ini kemudian dianalisis secara menyeluruh untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program serta membuat rekomendasi perbaikan.”¹⁶⁴

Ibu Eny selaku Guru dan Staff P2M juga menyampaikan:

“Hasil evaluasi sangat penting bagi pengembangan program MADU MANJA di masa depan. Implikasi dari hasil evaluasi ini membantu kami untuk membuat perbaikan dalam penyelenggaraan program, mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki, dan meningkatkan efektivitas program secara keseluruhan. Selain itu, hasil evaluasi juga menjadi dasar untuk membuat keputusan strategis terkait dengan alokasi sumber daya dan pengembangan program yang lebih lanjut.”¹⁶⁵

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa Evaluasi manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dilakukan secara sistematis dan terstruktur, melibatkan berbagai pemangku kepentingan program. Kriteria evaluasi yang digunakan mencakup berbagai aspek program, mulai dari partisipasi siswa hingga dampak program terhadap citra madrasah. Hasil evaluasi ini digunakan untuk membuat perbaikan dalam penyelenggaraan program, mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki, dan meningkatkan efektivitas program secara keseluruhan. Dengan demikian, evaluasi memainkan peran penting dalam pengembangan dan kesuksesan

¹⁶⁴ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

¹⁶⁵ Eny, *Hasil Wawancara Dengan Guru Dan Staff P2M* (Malang, 2024).

manajemen humas melalui program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

c. Kendala dan Tindak Lanjut

Dalam pelaksanaan program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, kendala-kendala dapat muncul sebagai tantangan yang harus dihadapi. Penting untuk mengidentifikasi kendala-kendala tersebut dan merumuskan tindak lanjut yang tepat guna memastikan kelancaran dan keberhasilan program. Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program sebagai berikut.

“Salah satu kendala utama yang kami hadapi adalah terkait dengan logistik dan biaya. Mengirim siswa ke luar negeri membutuhkan biaya yang cukup besar, dan tidak semua siswa mampu menghadapinya dan imbasnya semua beban pendanaan diberikan kepada wali murid. Agar program ini bisa diikuti oleh semuanya kami berupaya untuk mencari sumber dana tambahan melalui program beasiswa untuk siswa yang membutuhkan. Selain itu, kami juga mengalami kendala terkait dengan persiapan administratif dan izin perjalanan, yang kami tangani dengan meningkatkan koordinasi antara berbagai pihak terkait.”¹⁶⁶

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Kendala lain yang kami hadapi adalah terkait dengan bahasa dan budaya. Beberapa siswa kesulitan beradaptasi dengan bahasa dan budaya yang berbeda di negara tujuan mereka. Untuk mengatasi hal ini, kami meningkatkan pendampingan dan dukungan bagi siswa selama program berlangsung, termasuk penyediaan kursus bahasa dan bimbingan budaya sebelum keberangkatan. Selain itu, kami juga meningkatkan komunikasi dengan lembaga mitra untuk memastikan kebutuhan siswa terpenuhi dengan baik.”¹⁶⁷

¹⁶⁶ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

¹⁶⁷ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

Pemaparan di atas juga disampaikan oleh Ibu Wulaida selaku ketua program INSAN PRO dan guru, beliau menyatakan:

“Sebagai guru pendamping program, kami berperan dalam menangani kendala yang muncul selama program berlangsung. Salah satu tindakan lanjut yang kami lakukan adalah dengan memberikan dukungan dan motivasi ekstra bagi siswa yang mengalami kesulitan. Kami juga melakukan evaluasi berkala terhadap pelaksanaan program dan mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki. Tindak lanjut ini membantu kami untuk terus meningkatkan kualitas program dan memastikan bahwa siswa mendapatkan pengalaman yang berharga dan bermanfaat.”¹⁶⁸

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa kendala-kendala dapat muncul dalam pelaksanaan manajemen humas melalui program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Namun, dengan upaya yang tepat, kendala-kendala ini dapat di atasi dan menjadi peluang untuk meningkatkan kualitas program. Tindak lanjut yang dilakukan, seperti peningkatan koordinasi, pendampingan siswa, dan evaluasi berkala, merupakan langkah penting dalam memastikan kelancaran dan keberhasilan program ini. Dengan demikian, kendala-kendala tidak hanya menjadi hambatan, tetapi juga menjadi momentum untuk pengembangan program yang lebih baik di masa depan.

4. Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

a. Peningkatan Prestasi Nasional dan Internasional

¹⁶⁸ Wulaida, *Hasil Wawancara Dengan Ketua INSAN PRO Dan Guru.*

Prestasi siswa dalam sebuah program pendidikan tidak hanya mencerminkan keberhasilan individu, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap citra madrasah itu sendiri. Dalam konteks Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) telah menjadi salah satu tonggak penting dalam meningkatkan citra madrasah di mata masyarakat. Melalui prestasi siswa yang gemilang dalam program ini, seperti meraih penghargaan internasional, citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang telah semakin diakui baik secara lokal maupun internasional. Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program yakni untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang kontribusi program MADU MANJA dalam meningkatkan citra madrasah.

“Program MADU MANJA telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap reputasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Prestasi siswa dalam program ini, seperti meraih penghargaan internasional dalam berbagai kompetisi dan pertukaran pelajar, telah menjadi bukti nyata akan kualitas pendidikan yang kami tawarkan di madrasah ini. Hal ini tentu saja meningkatkan citra madrasah di mata masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berprestasi.”¹⁶⁹

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Prestasi siswa dalam program MADU MANJA tidak hanya mencerminkan kemampuan individual mereka, tetapi juga mencerminkan komitmen dan kualitas pendidikan yang kami berikan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Dengan demikian, citra madrasah kami semakin dikenal dan dihormati oleh masyarakat, baik di tingkat lokal maupun internasional.”¹⁷⁰

¹⁶⁹ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

¹⁷⁰ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

Muhammad Ikmal In'amullah selaku alumni Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang yang sekarang melanjutkan studi di Universitas Al-Azhar Kairo, Mesir. Menyatakan sebagai berikut:

“Pengalaman saya dengan program MADU MANJA sangat berkesan, memberikan kesempatan berpartisipasi dalam kegiatan internasional seperti pertukaran pelajar dan konferensi, serta membuka wawasan tentang budaya dan sistem pendidikan lain. Program ini berpengaruh signifikan dalam meningkatkan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang, membuktikan madrasah mampu bersaing secara global, dan membuatnya lebih dikenal serta dihargai di luar negeri. Selain meningkatkan keterampilan akademik, program ini juga meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi saya, serta mendukung prestasi dalam kompetisi nasional dan internasional.”

Hasil dokumentasi penelitian dari Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang terkait prestasi yang diraih oleh siswa di tingkat nasional dan internasional dari tahun 2021 sampai sekarang. Hal ini mengalami kenaikan yang signifikan pada tentang prestasi yang diperoleh oleh siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.¹⁷¹ Berikut data jumlah prestasi nasional dan internasional dari tahun 2021-2023 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Jumlah Prestasi Tingkat Nasional dan Internasional

Tahun	Nasional	Internasional
2021	234	17
2022	323	27
2023	351	68

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa manajemen humas melalui program MADU MANJA telah memberikan

¹⁷¹ Choironi, *Hasil Dokumentasi Penelitian Di MAN 2 Kota Malang*.

kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang di mata masyarakat. Prestasi siswa dalam program ini, seperti meraih penghargaan internasional dan berpartisipasi dalam pertukaran pelajar, telah menjadi bukti yang nyata akan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh madrasah ini. Oleh karena itu, program-program serupa yang berfokus pada pengembangan siswa secara internasional perlu terus didukung dan ditingkatkan untuk memperkuat citra madrasah.

b. Peningkatan Minat Masyarakat

Promosi yang efektif adalah kunci dalam menarik minat masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan. Dalam konteks Madrasah Aliyah Negeri 2 (MAN 2) Kota Malang, program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) telah menjadi daya tarik utama bagi orang tua dan masyarakat umum. Melalui promosi yang dilakukan oleh tim Humas, program MADU MANJA berhasil menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anak-anak mereka di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Hasil wawancara dengan Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana promosi efektif oleh tim Humas telah meningkatkan minat masyarakat terhadap madrasah ini.

“Promosi yang efektif memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Tim Humas kami telah bekerja keras untuk mempublikasikan program MADU MANJA melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, website sekolah, dan brosur. Informasi yang jelas dan menarik tentang program ini telah berhasil menarik perhatian orang tua dan membuat mereka

tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang apa yang ditawarkan oleh madrasah ini.”¹⁷²

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga menyatakan hal demikian:

“Sebagai Wakil Kepala Humas, saya bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan strategi promosi untuk program-program madrasah, termasuk MADU MANJA. Kami telah melakukan promosi yang terarah dan kreatif melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, website sekolah, brosur, dan pertemuan informasi dengan orang tua siswa. Tujuan kami adalah untuk menyampaikan informasi tentang program ini dengan jelas agar dapat menarik minat masyarakat.”¹⁷³

Bapak Khotibul Umam selaku wali murid Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang juga menyatakan hal demikian:

“Saya sepenuhnya setuju. Ketika saya pertama kali mendengar tentang program MADU MANJA melalui promosi yang dilakukan oleh tim Humas, saya sangat tertarik untuk mendaftarkan anak saya di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Program ini menawarkan kesempatan yang luar biasa bagi siswa untuk mendapatkan pengalaman internasional yang berharga, dan saya yakin bahwa itu akan memberikan manfaat besar bagi perkembangan mereka.”¹⁷⁴

Hasil dokumentasi penelitian dari Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang terkait jumlah siswa yang dari tahun ketahun mengalami peningkatan sejak 2021 sampai sekarang. Hal ini mengalami kenaikan yang signifikan tentang kenaikan jumlah siswa baru.¹⁷⁵ Berikut data jumlah santri baru dari tahun 2021-2023 sebagai berikut:

¹⁷² Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

¹⁷³ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*.

¹⁷⁴ Umam, *Hasil Wawancara Dengan Wali Murid*.

¹⁷⁵ Choironi, *Hasil Dokumentasi Penelitian Di MAN 2 Kota Malang*.

Tabel 4.2 Jumlah Siswa Baru dari tahun 2021-2023

No	Tahun	Jumlah
1	2021	408
2	2022	438
3	2023	489

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi yang efektif oleh tim Humas telah menjadi kunci dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Informasi yang jelas dan menarik tentang program MADU MANJA telah berhasil menarik perhatian orang tua dan membuat mereka tertarik untuk menyekolahkan anak-anak mereka di madrasah ini. Hal ini juga membantu dalam membangun citra positif tentang madrasah sebagai lembaga pendidikan yang inovatif dan berorientasi internasional. Oleh karena itu, promosi yang efektif perlu terus didukung dan ditingkatkan untuk memperkuat minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

c. Madrasah Lebih Dikenal

Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang telah menemukan jalan menuju sorotan internasional melalui program unggulannya, manajemen humas melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) salah satunya. Program ini telah menjadi pendorong utama dalam memperkenalkan madrasah ini sebagai pusat pendidikan yang berorientasi internasional dan berkualitas. Observasi penelitian menunjukkan bahwa program MADU MANJA berhasil membangun citra yang solid sebagai lembaga pendidikan yang memberikan

kesempatan dan pengalaman berharga bagi siswa untuk bersaing di tingkat global. Hal ini tidak hanya menciptakan pengenalan merek yang lebih baik di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional dan internasional.

Senada dengan hal tersebut hasil wawancara dengan Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana program MADU MANJA telah membantu dalam memperkenalkan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

“Program MADU MANJA telah memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan internasional mereka dan meraih prestasi di tingkat global. Prestasi siswa dalam program ini telah meningkatkan citra madrasah di tingkat lokal dan nasional, serta menciptakan pengenalan madrasah yang lebih baik di tingkat internasional. Orang-orang mulai mengenal Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang sebagai lembaga yang mampu menghasilkan siswa yang siap bersaing di dunia internasional.”¹⁷⁶

Bapak Farid Nasrullah selaku guru Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang juga menyatakan hal demikian:

“Saya melihat bahwa program MADU MANJA telah memberikan dorongan yang besar bagi siswa untuk meraih prestasi di tingkat internasional. Hal ini tidak hanya meningkatkan motivasi siswa dalam belajar, tetapi juga memberi mereka pengalaman berharga yang dapat mereka bawa dalam kehidupan mereka di masa depan. Prestasi siswa dalam program ini telah membawa nama baik Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang ke tingkat yang lebih luas, mengukuhkan citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan berorientasi internasional.”¹⁷⁷

¹⁷⁶ Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

¹⁷⁷ Nasrullah, *Hasil Wawancara Dengan Guru*.

Bapak Khotibul Umam selaku wali murid Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang menyatakan:

“Saya sangat terkesan dengan program MADU MANJA. Ini memberikan peluang yang luar biasa bagi anak saya untuk mengembangkan diri mereka di tingkat internasional. Melalui program ini, saya melihat bahwa Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang bukan hanya sekadar madrasah biasa, tetapi sebuah lembaga yang serius dalam mempersiapkan siswa untuk masa depan global. Hal ini telah mengubah pandangan saya tentang madrasah ini, dan saya yakin banyak orang tua lainnya juga merasakan hal yang sama.”¹⁷⁸

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa manajemen humas melalui program MADU MANJA telah berhasil memperkenalkan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang di tingkat lokal, nasional, dan internasional. Melalui prestasi siswa dalam program ini, citra madrasah telah meningkat, dan pengenalan madrasah yang lebih baik telah tercipta. Program ini juga memberikan dorongan positif bagi siswa, guru, dan orang tua siswa, meningkatkan keyakinan mereka terhadap kualitas pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang.

d. Kerjasama dan Kemitraan Internasional

Manajemen humas melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) dikatakan sukses tidak hanya tercermin dalam prestasi siswa, tetapi juga membuka peluang baru untuk kerjasama dan kemitraan dengan lembaga pendidikan internasional serta organisasi pertukaran pelajar. Hal ini menandai langkah maju Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang dalam menjalin hubungan yang lebih luas dan

¹⁷⁸ Umam, *Hasil Wawancara Dengan Wali Murid*.

memperluas jangkauan pendidikan mereka ke tingkat global. Hasil wawancara dengan Bapak Samsudin selaku Kepala Madrasah akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kerjasama dan kemitraan ini telah memberikan kontribusi pada perkembangan madrasah dan pengalaman pendidikan siswa.

“Kerjasama dan kemitraan dengan lembaga pendidikan internasional serta organisasi pertukaran pelajar telah memberikan kontribusi besar pada perkembangan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Ini telah membuka pintu bagi siswa kami untuk mendapatkan pengalaman internasional yang berharga dan memperluas wawasan mereka di berbagai bidang. Selain itu, kerjasama ini juga membantu memperkuat citra madrasah sebagai lembaga yang progresif dan berdaya saing global.”¹⁷⁹

Bapak Ahmad Thohir Yoga selaku Ketua Program juga menyatakan hal demikian:

“Kerjasama dengan lembaga pendidikan internasional dan organisasi pertukaran pelajar membuka peluang besar bagi siswa kami untuk mendapatkan pengalaman belajar yang unik dan berharga di luar negeri. Mereka dapat terlibat dalam pertukaran pelajar, program studi lintas budaya, dan kegiatan kolaboratif lainnya yang memperkaya pemahaman mereka tentang dunia. Ini tidak hanya membantu mereka dalam pengembangan pribadi, tetapi juga meningkatkan keterampilan interpersonal dan keterampilan bahasa mereka.”¹⁸⁰

Bapak Miftachul Ula selaku Wakil Kepala Bidang Humas menyatakan:

“Kerjasama dengan lembaga pendidikan internasional membuka pintu bagi pengalaman belajar yang lebih luas bagi siswa kami. Mereka dapat belajar langsung dari budaya dan sistem pendidikan lainnya, yang memperkaya pemahaman mereka tentang mata pelajaran tertentu dan memperluas wawasan mereka tentang dunia. Selain itu, siswa juga dapat mengembangkan keterampilan bahasa asing mereka secara

¹⁷⁹ Samsudin, *Hasil Wawancara Dengan Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang*.

¹⁸⁰ Yoga, *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*.

langsung melalui interaksi dengan penutur asli, yang merupakan hal yang sangat berharga dalam pembelajaran bahasa.”¹⁸¹

Berdasarkan hasil paparan penelitian dapat disimpulkan bahwa kerjasama dan kemitraan dengan lembaga pendidikan internasional serta organisasi pertukaran pelajar telah memberikan kontribusi besar bagi perkembangan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang. Ini tidak hanya membuka peluang bagi siswa untuk mendapatkan pengalaman internasional yang berharga, tetapi juga memperkuat citra madrasah sebagai lembaga yang progresif dan berdaya saing global.

C. Hasil Penelitian

1. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Hasil penelitian terkait perencanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk meningkatkan citra madrasah yaitu 1) Peningkatan Citra Madrasah Sebagai Tujuan Program MADU MANJA, 2) Penetapan Sasaran dan Program MADU MANJA, 3) Strategi Pelaksanaan Kegiatan MADU MANJA, 4) Kerja Sama dengan Lembaga Luar Negeri. Hasil penelitian ini, jika digambarkan menggunakan bentuk bagan sebagai berikut:

¹⁸¹ Ula, *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas.*



Gambar 4.2 Perencanaan Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU MANJA

2. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Hasil penelitian terkait pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk meningkatkan citra madrasah terdiri dari 1) Seleksi dan Penetapan Peserta Program, 2) Pendampingan dan Realisasi Program MADU MANJA, 3) Komunikasi dan Koordinasi dengan Lembaga Lain, 4) Monitoring Program MADU MANJA. Hasil penelitian ini, jika digambarkan menggunakan bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 4.3 Pelaksanaan Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU
MANJA

3. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Hasil penelitian terkait evaluasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk meningkatkan citra madrasah yaitu 1) Pencapaian Target, 2) Pelaksanaan Evaluasi, 3) Kendala dan Tindak Lanjut. Hasil penelitian ini, jika digambarkan menggunakan bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 4.4 Evaluasi Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU

MANJA

4. Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Hasil penelitian terkait implikasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk meningkatkan citra madrasah terdiri dari 1) Peningkatan Prestasi Nasional dan Internasional, 2) Peningkatan Minat Masyarakat, 3) Madrasah Lebih Dikenal, 4) Kerjasama dan Kemitraan Internasional. Hasil penelitian ini, jika digambarkan menggunakan bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 4.5 Implikasi Peningkatan Citra Madrasah Melalui Program MADU
MANJA

Untuk memudahkan peneliti dan pembaca dalam membaca serta memahami hasil penelitian di atas, maka hasil penelitian dipaparkan dalam bentuk tabel. Adapun tabel hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Penelitian

No	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1	Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah	Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) efektif dalam meningkatkan citra madrasah. Program ini fokus pada tujuan utama memperkuat citra positif melalui aktivitas internasional, menetapkan sasaran yang tepat, dan melibatkan siswa, orang tua, guru, serta masyarakat. Pelaksanaan yang ketat dan monitoring berkelanjutan,

No	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
		ditambah dengan kerja sama internasional, memperkaya pengalaman siswa dan memperkuat posisi madrasah di kancah global. Program ini berhasil menarik minat siswa baru, mendapatkan dukungan masyarakat, dan memperkuat citra madrasah secara keseluruhan.
2	Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah	Pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) efektif dalam meningkatkan citra madrasah. Proses seleksi dan penetapan peserta dilakukan ketat, pendampingan intensif memastikan kesiapan siswa, dan komunikasi serta koordinasi dengan lembaga internasional mendukung realisasi program. Monitoring berkala memastikan program berjalan sesuai rencana dan memberikan dampak positif, menjamin keberhasilan jangka panjang dan kontribusi signifikan terhadap peningkatan citra madrasah.
3	Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah	Evaluasi program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) menunjukkan bahwa program ini berhasil mencapai target dengan peningkatan jumlah siswa, partisipasi masyarakat, dan dukungan berbagai pihak. Evaluasi sistematis dan terstruktur menggunakan survei, wawancara, observasi, dan analisis data, memberikan umpan balik berharga untuk perbaikan. Kendala seperti keterbatasan sumber daya dan resistensi masyarakat diidentifikasi, dengan tindak lanjut berupa perbaikan perencanaan, peningkatan sumber daya manusia, dan strategi komunikasi yang lebih efektif, memastikan manfaat maksimal dan peningkatan citra madrasah berkelanjutan.

No	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
4	Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah	Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) berhasil meningkatkan citra madrasah melalui beberapa implikasi penting: peningkatan prestasi siswa di tingkat nasional dan internasional, meningkatnya minat masyarakat terhadap madrasah, serta meningkatnya pengenalan madrasah sebagai lembaga pendidikan berkualitas. Selain itu, program ini juga memperluas kerjasama dan kemitraan internasional, membuka peluang kolaborasi akademik dan meningkatkan kualitas pendidikan. Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat citra madrasah dan meningkatkan daya saingnya di tingkat nasional dan internasional.

BAB V

PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN

A. Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan citra madrasah. Citra yang positif akan membantu madrasah dalam menarik minat siswa baru, mendapatkan dukungan dari masyarakat, dan memperkuat posisi madrasah di antara lembaga pendidikan lainnya. Dengan program MADU MANJA, madrasah berusaha menunjukkan bahwa mereka tidak hanya fokus pada aspek keagamaan tetapi juga memberikan pengalaman internasional yang berharga bagi siswa-siswinya. Ini menunjukkan bahwa madrasah mampu bersaing dalam hal kualitas pendidikan dan peluang global yang ditawarkan kepada siswa.

Menurut penelitian Zamakhsyah menunjukkan bahwa peran humas memiliki tujuan untuk menumbuh kembangkan persepsi yang berimbang pada citra yang positif bagi lembaga penyelenggara pendidikan sehingga dapat menarik minat masyarakat.¹⁸² Hasil penelitian dari Karimah menjelaskan tentang manajemen humas di MAN 3 Malang menunjukkan bahwa peningkatan citra madrasah dan partisipasi masyarakat dilakukan melalui perencanaan yang matang, pelaksanaan strategis, dan evaluasi berkelanjutan. Perencanaan melibatkan identifikasi masalah, perencanaan program, anggaran, dan waktu, serta musyawarah dengan pihak

¹⁸² Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah and Supriyanto, "Peran Humas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 8, no. 4 (2020): 332–343.

berkepentingan, dengan program dirancang dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.¹⁸³

Selain menetapkan tujuan, manajemen humas juga harus menetapkan sasaran program MADU MANJA yang sangat strategis dan spesifik. Program ini menargetkan siswa, orang tua, guru, dan masyarakat luas. Sasaran utama adalah siswa, yang diharapkan mendapatkan pengalaman internasional yang akan meningkatkan kompetensi mereka. Orang tua menjadi sasaran untuk menunjukkan bahwa madrasah dapat menyediakan pendidikan berkualitas tinggi dengan program internasional. Guru juga disasar untuk meningkatkan kompetensi mengajar mereka melalui pengalaman dan pengetahuan global. Masyarakat luas, termasuk calon siswa dan orang tua, juga disasar untuk meningkatkan awareness dan citra positif madrasah di mata publik.

Menurut Rahmat dalam proses perencanaan, seorang praktisi humas untuk hendaknya menentukan situasi dan sasaran agar supaya tujuannya bisa tercapai.¹⁸⁴ Hasil penelitian Margaretha menunjukkan bahwa untuk *The Body Shop* mampu menjalankan program-program CSR-nya dengan baik dan menganggumkan, salah satu aspek dalam perencanaan adalah menentukan situasi dan sasaran yang tepat.¹⁸⁵

Program-program MADU MANJA mencakup pertukaran pelajar, kunjungan studi ke luar negeri, seminar internasional, dan kolaborasi dengan lembaga pendidikan di luar negeri. Setiap program dirancang untuk memberikan

¹⁸³ Ilmiah Nafhah Karimah, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Dan Partisipasi Masyarakat Di MAN 3 Malang," *Ulul Amri: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2022): 32–44.

¹⁸⁴ Rahmat, *Manaj. Humas Sekol.*

¹⁸⁵ Lusyan Margaretha, Afrina Sari, and Ahmad Toni, "Perencanaan Dan Evaluasi Public Relations Program CSR Bring Back Our Bottle Pada Perusahaan The Body Shop Indonesia," *Jurnal Pewarta Indonesia* 2, no. 1 (2020): 1–12.

nilai tambah bagi siswa dan menunjukkan keunggulan madrasah dalam memberikan pendidikan yang berorientasi global.

Strategi pelaksanaan kegiatan MADU MANJA melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, pemilihan siswa yang akan ikut dalam program dilakukan secara selektif berdasarkan kriteria tertentu seperti prestasi akademik, kemampuan bahasa, dan komitmen pribadi. Kedua, madrasah mengatur jadwal dan kurikulum yang memungkinkan siswa untuk tidak tertinggal pelajaran meskipun mengikuti program internasional. Ketiga, pelatihan dan persiapan diberikan kepada siswa sebelum berangkat untuk memastikan mereka siap secara mental dan kultural. Keempat, madrasah memastikan adanya pendampingan dan monitoring selama program berlangsung untuk menjamin keselamatan dan kesuksesan siswa.

Al Givari dalam penelitiannya menyebutkan strategi yang efektif dalam manajemen humas untuk meningkatkan citra madrasah menjadi madrasah unggulan diantaranya melakukan publikasi, menjalin kerjasama, dan menyiapkan lulusan yang berkualitas tinggi.¹⁸⁶ Selanjutnya diperkuat dengan penelitian Wirabhakti yang menunjukkan bahwa SMK Pelita YNH Kota Sukabumi melakukan kerjasama dengan berbagai pihak. Penerapan pendekatan tersebut cukup baik dan efektif dalam mempertahankan citra sekolah.¹⁸⁷

Madrasah juga menggunakan media sosial dan platform digital untuk mempublikasikan kegiatan MADU MANJA, sehingga masyarakat dapat melihat langsung kegiatan dan prestasi siswa di luar negeri. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi madrasah secara luas. Hal ini senada dengan

¹⁸⁶ Abie Maulana Al Givari, "Strategi Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Mdarrasah Unggulan Di Kota Malang," *Fondatia* 4, no. 2 (2020): 234–244.

¹⁸⁷ Andhika Wirabhakti, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Nizamul 'Ilmi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (JMPI)* 8, no. 1 (2023): 23.

penelitian Elyus menunjukkan bahwa strategi humas yang dibutuhkan dengan pemanfaatan media sosial yang sangat dibutuhkan untuk mempromosikan atau meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan masyarakat.¹⁸⁸

Program MADU MANJA dirancang untuk meningkatkan citra madrasah melalui perencanaan yang matang, pelaksanaan strategis, dan evaluasi berkelanjutan. Program ini tidak hanya menarik minat siswa baru dan dukungan masyarakat, tetapi juga memperkuat posisi madrasah di antara lembaga pendidikan lainnya. Dengan memberikan pengalaman internasional yang berharga, program ini menunjukkan bahwa madrasah mampu bersaing dalam kualitas pendidikan dan peluang global yang ditawarkan kepada siswa.

Kerja sama dengan lembaga luar negeri adalah salah satu kunci keberhasilan program MADU MANJA. Madrasah menjalin hubungan dengan berbagai sekolah dan universitas di berbagai negara untuk memungkinkan program pertukaran pelajar dan kunjungan studi. Kerja sama ini tidak hanya memberikan peluang bagi siswa untuk belajar di luar negeri, tetapi juga membuka pintu bagi kolaborasi akademik, penelitian bersama, dan peningkatan kualitas pendidikan madrasah melalui benchmarking dan adopsi best practices dari lembaga pendidikan internasional.

Selain itu, kerja sama dengan lembaga internasional seperti kedutaan besar, organisasi non-pemerintah, dan institusi pendidikan global memberikan dukungan yang signifikan dalam bentuk sponsorship, pelatihan, dan kesempatan beasiswa bagi siswa. Hubungan ini juga meningkatkan kredibilitas madrasah di mata

¹⁸⁸ Dinda Septian Elyus and Muhamad Soleh, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 09 (2021): 281–289.

masyarakat dan pemerintah, menunjukkan bahwa madrasah mampu membangun jaringan global yang kuat.

Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) dirancang untuk meningkatkan citra madrasah dengan menunjukkan bahwa mereka tidak hanya fokus pada pendidikan keagamaan tetapi juga memberikan pengalaman internasional yang berharga bagi siswa. Program ini mencakup pertukaran pelajar, kunjungan studi, seminar internasional, dan kolaborasi dengan lembaga pendidikan luar negeri. Melalui perencanaan matang, pelaksanaan strategis, dan evaluasi berkelanjutan, program ini menargetkan siswa, orang tua, guru, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kompetensi siswa, menunjukkan kualitas pendidikan yang tinggi, serta meningkatkan visibilitas dan reputasi madrasah. Kerja sama dengan berbagai lembaga internasional dan penggunaan media sosial juga berperan penting dalam mendukung dan mempromosikan program MADU MANJA, sehingga madrasah dapat memperkuat posisinya di antara lembaga pendidikan lainnya dan mendapatkan dukungan dari masyarakat.

B. Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Seleksi dan penetapan peserta program MADU MANJA dilakukan secara selektif dan terstruktur. Proses ini dimulai dengan pengumuman program kepada seluruh siswa, diikuti oleh tahapan seleksi yang mencakup evaluasi prestasi akademik, kemampuan bahasa, dan komitmen pribadi siswa. Kriteria seleksi dirancang untuk memastikan bahwa peserta yang terpilih adalah mereka yang memiliki potensi dan kesiapan untuk memanfaatkan kesempatan internasional dengan sebaik-baiknya. Seleksi yang ketat ini bertujuan untuk memilih siswa yang

tidak hanya cerdas secara akademik tetapi juga memiliki keterampilan interpersonal dan adaptasi yang kuat untuk berinteraksi di lingkungan global.

Proses seleksi dan penetapan peserta dalam sebuah program sangat penting. Hal ini sesuai dengan Priyono dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Sumber Daya Manusia* menjelaskan bahwa seleksi dan penetapan peserta yang cermat pada program kerja sangat penting untuk memastikan kualitas, meningkatkan kesuksesan program, memperbaiki citra institusi, efisiensi penggunaan sumber daya, serta meningkatkan motivasi dan komitmen peserta. Semua ini berkontribusi pada pencapaian tujuan program dan manfaat jangka panjang bagi institusi dan peserta yang terlibat.¹⁸⁹ Nurmasiyah meneliti bahwa rekrutmen dan seleksi sumber daya manusia dalam organisasi pendidikan mempunyai peranan penting, serta agar memperoleh kualifikasi yang sesuai dengan bidangnya.¹⁹⁰

Setelah seleksi, siswa yang terpilih diberikan pendampingan intensif untuk mempersiapkan mereka sebelum berangkat. Pendampingan ini meliputi pelatihan bahasa asing, pemahaman budaya negara tujuan, serta penyesuaian mental dan emosional. Program pelatihan dilakukan oleh tenaga pengajar yang berpengalaman dan melibatkan alumni yang pernah mengikuti program serupa. Realisasi program melibatkan keberangkatan siswa ke negara tujuan untuk mengikuti kegiatan seperti pertukaran pelajar, kunjungan studi, dan seminar internasional. Selama di luar negeri, siswa didampingi oleh pembimbing untuk memastikan keamanan dan keberhasilan program.

¹⁸⁹ Marnis & Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Sumber Daya Manusia* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2008).

¹⁹⁰ Puspa Nurmasiyah et al., "Rekrutmen Dan Seleksi Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Pendidikan," *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 1 (2023): 2046–2052.

Purnomo meneliti tentang proses pelatihan dan pendampingan bahwa sangat penting untuk membangun dan dapat memberikan semangat terhadap peserta. Pendampingan dan realisasi program yang efektif sangat penting untuk memastikan kesiapan peserta, keberhasilan program, keselamatan dan kesejahteraan peserta, optimalisasi pembelajaran dan pengalaman, peningkatan reputasi institusi, serta mendapatkan umpan balik untuk perbaikan program. Semua ini berkontribusi pada pencapaian tujuan program dan manfaat jangka panjang bagi institusi dan peserta yang terlibat.¹⁹¹ Selain itu proses pendampingan sangatlah penting dalam ilmu manajemen khususnya manajemen humas. Hal ini dikarenakan untuk merealisasikan sebuah tujuan maka perlu adanya pendampingan dari orang yang lebih memahami dan menguasai program.

Komunikasi dan koordinasi dengan lembaga luar negeri merupakan aspek penting dalam pelaksanaan program MADU MANJA. Madrasah menjalin kerja sama dengan berbagai sekolah, universitas, dan organisasi internasional untuk memastikan tersedianya berbagai program dan kesempatan bagi siswa. Komunikasi yang efektif dilakukan melalui surat-menyurat resmi, email, dan pertemuan tatap muka, baik secara langsung maupun virtual. Koordinasi ini memastikan bahwa program berjalan sesuai rencana dan siswa mendapatkan pengalaman yang maksimal. Kerja sama dengan lembaga internasional juga memperkuat reputasi madrasah dan membuka peluang lebih luas untuk program-program mendatang.

Hal ini sesuai dengan peranan hubungan masyarakat salah satunya yaitu sebagai komunikator. Komunikasi sekolah dengan orang tua peserta didik juga bisa melalui whatsapp group online. Kepala sekolah selaku manajer dapat membe-

¹⁹¹ Nanto Purnomo, "Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing," *Jurnal Karya Abdi Masyarakat* 4, no. 3 (2021): 376–381.

tugas kepada guru yang dipercaya mampu menjadi humas sekolah untuk menjadi admin dalam whatsapp group online sekolah. Perannya, sebagai komunikator. Selain itu peranan humas juga sebagai penghubung, Humas sekolah berperan sebagai penghubung antara sekolah (kepala sekolah, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan) dengan masyarakat (orang tua peserta didik).¹⁹²

Asep sugiarto dalam penelitiannya, peran hubungan masyarakat di lembaga pendidikan yaitu membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan eksternal, mengidentifikasi dan menganalisis suatu kejadian.¹⁹³

Kemudian juga tidak kalah penting yaitu monitoring program. Monitoring program dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai rencana dan tujuan tercapai. Monitoring mencakup evaluasi rutin terhadap perkembangan siswa selama program, yang dilakukan melalui laporan berkala dari siswa dan pembimbing di lapangan. Madrasah juga melakukan evaluasi langsung melalui kunjungan atau komunikasi intensif dengan lembaga mitra di luar negeri. Evaluasi ini meliputi aspek akademik, sosial, dan kesejahteraan siswa. Selain itu, feedback dari siswa dan orang tua setelah program selesai digunakan untuk meningkatkan kualitas program di masa mendatang.

Penelitian Hidayat menunjukkan bahwa dalam rangka untuk memastikan kegiatan penelitian berjalan dengan efektif dan efisien maka harus dilakukan monitoring selama kegiatan penelitian tersebut berlangsung. monitoring merupakan kegiatan pemantauan atau pengamatan yang berlangsung selama kegiatan berjalan

¹⁹² Juhji and Bernadheta Nadeak, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020).

¹⁹³ Sari, "Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan."

untuk memastikan dan mengendalikan keserasian pelaksanaan program dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Monitoring penelitian merupakan kegiatan pemantuan terhadap program penelitian agar pelaksanaannya efektif dan efisien.¹⁹⁴ Selanjutnya diperkuat oleh penelitian Nasih yang menunjukkan monitoring kebijakan pendidikan berarti mengamati secara seksama suatu keadaan atau kondisi, termasuk juga perilaku atau kegiatan yang berkaitan dengan kebijakan pendidikan yang berupa regulasi pendidikan, kurikulum, proses pembelajaran, maupun segala hal yang dijalankan oleh pemerintah berkaitan dengan pendidikan sehingga menemukan gambaran yang jelas apa, mengapa, serta bagaimana sesungguhnya kondisi pendidikan yang ada.¹⁹⁵

Pelaksanaan manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah diawali dengan seleksi dan penetapan peserta yang ketat, pendampingan intensif, komunikasi dan koordinasi yang efektif, serta monitoring yang berkelanjutan merupakan elemen kunci dalam pelaksanaan program MADU MANJA. Pendekatan ini memastikan bahwa program berjalan dengan sukses, memberikan manfaat maksimal bagi peserta, dan meningkatkan citra serta reputasi madrasah. Implementasi yang baik dari aspek-aspek ini tidak hanya mencapai tujuan program jangka pendek tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi institusi dan peserta yang terlibat.

¹⁹⁴ Taufik Hidayat, Lia Fitrianingrum, and Kodar Hudiwasono, "Penerapan Prinsip Efektif Dan Efisien Dalam Pelaksanaan Monitoring Kegiatan Penelitian," *Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Kota Bandung* (2021): 42–50.

¹⁹⁵ Achmad Nasih and Tri Asihati Ratna Hapsari, "Monitoring Dan Evaluasi Kebijakan Pendidikan," *Indonesian Journal of Teaching and Learning (INTEL)* 1, no. 1 (2022): 77–88, <https://journals.eduped.org/index.php/intel/article/view/112>.

C. Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Dalam penelitian ini, pencapaian target mengacu pada tujuan spesifik yang ditetapkan oleh program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah. Analisis pencapaian target harus meliputi indikator-indikator yang telah ditetapkan sebelumnya, seperti peningkatan jumlah siswa yang mendaftar, peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan madrasah, peningkatan dukungan dari pihak terkait, dan sebagainya. Hasil penelitian harus mencakup apakah target-target tersebut tercapai sesuai dengan yang direncanakan, dan jika ada perbedaan, apa penyebabnya.

Philip Kotler menjelaskan bahwa citra sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki orang terhadap suatu objek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dipengaruhi oleh objek tersebut. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi atau kelompok orang.¹⁹⁶ Sedangkan indikator citra terdiri dari 1) karakteristik, 2) reputasi, 3) nilai, dan 4) identitas instansi.¹⁹⁷

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan manajemen humas melalui program MADU MANJA menunjukkan adanya pencapaian yang signifikan dalam meningkatkan citra madrasah, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Penekanan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian target, serta pemahaman yang mendalam tentang konsep citra

¹⁹⁶ Kotler, *B2B Brand Management*, 26.

¹⁹⁷ Harrison, *Marketers Guide To Public Relations (2005)*. Terjemahan Imam Mulyana Dwi Suwandi. *Citra Perusahaan*, 4.

madrasah, akan membantu dalam pengembangan program yang lebih efektif di masa depan. Oleh karenanya sangat penting adanya evaluasi dalam setiap kegiatan.

Pelaksanaan evaluasi program MADU MANJA harus mencakup proses evaluasi yang komprehensif, termasuk pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil. Metode evaluasi yang digunakan juga perlu dibahas, apakah menggunakan survei, wawancara, observasi, atau kombinasi dari berbagai metode. Evaluasi harus memperhitungkan perspektif berbagai pemangku kepentingan, termasuk siswa, orang tua, staf madrasah, dan masyarakat setempat.

Pentingnya evaluasi juga disampaikan oleh Cutlip yang menunjukkan bahwa evaluasi merupakan tahap akhir dalam proses suatu program yaitu memperjelas atau menganalisis hasil persiapan perencanaan. Penyesuaian penempelan dari berbagai pempograman, dalam tahapan ini seorang humas melaksanakan berbagai pendalaman kepada hal baru telah dilaksanakan atau dikerjakan beres tepatkah atau malah menjadi penghambat.¹⁹⁸ Kemudian diperkuat oleh Effendy evaluasi merupakan tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan dan penggiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi.¹⁹⁹ Senada dengan Effendy, Fatah juga menyampaikan bahwa evaluasi adalah pembuatan pertimbangan menurut suatu perangkat kriteria yang disepakati dan dapat dipertanggung jawabkan.²⁰⁰ Sehingga pelaksanaan evaluasi menjadi akhir dari semua tahapan pelaksanaan program dan juga untuk mengetahui kendala yang terjadi ketika pelaksanaan.

¹⁹⁸ Glen M Broom Cutlip, *Efektive Public Relations, Cetakan Ke-4, Terjemah Tri Wibowo*, 351.

¹⁹⁹ Effendy, *Human Relation & Public Relation*, 131.

²⁰⁰ Fattah, *Landasan Manajemen Sumber Pendidikan*, 107.

Kendala yang dihadapi selama pelaksanaan program MADU MANJA harus diidentifikasi dengan jelas, baik kendala internal (misalnya, keterbatasan sumber daya atau kompetensi staf) maupun eksternal (misalnya, resistensi dari masyarakat atau perubahan kebijakan pemerintah). Setelah mengidentifikasi kendala-kendala tersebut, perlu diuraikan langkah-langkah tindak lanjut yang diambil untuk mengatasi atau meminimalkan dampaknya. Tindak lanjut dapat berupa perbaikan dalam perencanaan dan implementasi program, peningkatan sumber daya manusia, atau strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Menurut Surapati dalam penelitian menunjukkan bahwa dalam mempromosikan sekolah humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru mengalami beberapa kendala yaitu (1) Persaingan antar sekolah yang semakin ketat. (2) Kekurangan Sumber Daya Manusia pada saat melaksanakan strategi promosi.²⁰¹ Kemudian berdasarkan penelitian Maulana menunjukan bahwa perencanaan aktivitas public relations secara terstruktur dan sistematis menjadi kendala tersendiri dalam implementasi peran dan fungsi tersebut. Alur manajemen public relations ideal yang dimulai dengan tahap perencanaan dengan dukungan data dan pengenalan masalah yang memadai, implementasi, serta evaluasi belum terlaksana dengan baik. Kendala yang dihadapi juga terkait dengan terbatasnya SDM dan ketersediaan anggaran yang mendukung berbagai program public relations sekolah.²⁰²

²⁰¹ Muhammad Untung Surapati, Anuar Rasyid, and Nurjanah, "Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhammadiyah 2 Pekanbaru," *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 9, no. 1 (2020): 347–362.

²⁰² Pasha Syahrinsa Maulana and Subhan Afifi, "Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik* 1, no. 2 (2021).

Evaluasi manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah menemukan pencapaian yang signifikan. seperti peningkatan jumlah siswa yang mendaftar, partisipasi masyarakat dalam kegiatan madrasah, dan dukungan dari pihak terkait. Namun, masih terdapat aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk memaksimalkan efektivitas program. Pelaksanaan evaluasi dilakukan secara komprehensif dengan melibatkan berbagai pihak terkait, termasuk siswa, orang tua, staf madrasah, dan masyarakat setempat, sehingga memastikan evaluasi dilakukan dengan sudut pandang yang luas dan menyeluruh. Identifikasi kendala-kendala internal dan eksternal, seperti keterbatasan sumber daya, resistensi masyarakat, perubahan kebijakan, dan kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, menjadi langkah penting dalam mengevaluasi keberhasilan program. Untuk itu, tindak lanjut yang efektif terhadap kendala-kendala tersebut menjadi krusial, dengan langkah-langkah perbaikan dalam perencanaan dan implementasi program, peningkatan sumber daya manusia, serta penerapan strategi komunikasi yang lebih efektif, guna meningkatkan efektivitas program dan mencapai tujuan yang ditetapkan.

D. Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah

Manajemen humas melalui program MADU MANJA memiliki implikasi yang signifikan terhadap peningkatan prestasi nasional dan internasional madrasah. Melalui program ini, madrasah dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan prestasi siswa, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peringkat madrasah di tingkat nasional dan internasional. Dengan demikian, MADU MANJA dapat

menjadi alat penting untuk memperkuat citra madrasah di mata masyarakat dan lembaga pendidikan lainnya.

Rohani meneliti bahwa Pengembangan program unggulan memunculkan adanya peningkatan prestasi siswa dengan banyaknya juara yang didapatkan siswa dari ajang perlombaan nasional maupun internasional.²⁰³

Implementasi program MADU MANJA dapat menghasilkan peningkatan minat masyarakat terhadap madrasah. Melalui promosi yang efektif dan pencapaian prestasi yang membanggakan, program ini dapat menarik minat orang tua dan siswa untuk bergabung dengan madrasah tersebut. Dengan demikian, MADU MANJA tidak hanya meningkatkan citra madrasah secara keseluruhan, tetapi juga meningkatkan daya tariknya bagi masyarakat umum.

Penelitian Rusyanti dijelaskan bahwa keberhasilan suatu sekolah dalam membangun citra di masyarakat dibutuhkan penerapan fungsi manajemen humas yang baik, mempunyai perencanaan humas yang jelas dengan menyusun program kerja. Adanya citra positif sekolah yang telah menjadi harapan sekolah untuk para siswa. Maka citra sekolah untuk siswa tersebut berimplikasi pada peningkatan jumlah siswa yang mendaftar. Kemudian dari citra positif sekolah juga berimplikasi pada daya saing sekolah.²⁰⁴

Salah satu implikasi penting dari program MADU MANJA adalah peningkatan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan prestasi madrasah. Melalui promosi yang terarah dan strategis, program MADU MANJA dapat meningkatkan visibilitas madrasah di tingkat lokal, nasional, dan

²⁰³ Rohani, "Manajemen Pengembangan Program Unggulan Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Malang."

²⁰⁴ Rusyanti, Arafat, and Destinar, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah."

bahkan internasional. Hal ini akan membantu memperluas jangkauan madrasah dan meningkatkan citranya di mata masyarakat secara keseluruhan.

Fatmawati menjelaskan bahwa manajemen hubungan masyarakat dalam peningkatan citra madrasah melibatkan berbagai stakeholder. Humas bertugas membina hubungan baik dengan semua pihak terkait untuk memperkuat citra madrasah. Ini dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik, mempublikasikan hal-hal positif di media sosial madrasah, serta membangun kerja sama dalam menyukseskan program atau kegiatan madrasah. Selain itu, humas juga ikut serta dalam perencanaan dan pelaksanaan program atau kegiatan madrasah untuk meningkatkan kualitasnya.²⁰⁵

Program MADU MANJA juga memiliki implikasi positif terhadap pembangunan kerjasama dan kemitraan internasional. Melalui partisipasi dalam kegiatan-kegiatan internasional, pertukaran siswa atau guru, serta kerjasama proyek dengan lembaga-lembaga pendidikan dari negara lain, madrasah dapat memperluas jaringan internasionalnya dan meningkatkan reputasinya di tingkat global. Ini dapat membuka peluang baru untuk kerjasama akademis, pertukaran budaya, dan pengembangan sumber daya manusia yang lebih luas.

Menurut Efendy bahwa eksternal *public relations* adalah hubungan masyarakat yang diselenggarakan oleh suatu organisasi dengan *public* diluar organisasi, seperti penduduk dengan lingkungan sekitar, instansi pemerintah, pers, pelanggan, konsumen, dan lain-lain yang ada kaitannya dengan organisasi tersebut dengan kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik dalam rangka membina

²⁰⁵ Dewi Fatmawati, Muh. Ardiansyah, and Syamsurijal Basri, "Implementasi Manajemen Humas Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di MAN 2 Kota Makassar," *Pedagogi: Jurnal Ilmu Pendidikan* (2023).

kerjasama yang akrab demi kepentingan dan keuntungan bersama yang dilandasi azas saling pengertian dan saling mempercayai.²⁰⁶

Manajemen humas melalui Program MADU MANJA menunjukkan dampak positif dalam peningkatan citra madrasah. Melalui program ini, terjadi peningkatan prestasi siswa yang mengangkat peringkat madrasah secara nasional dan internasional. Ini mempengaruhi minat masyarakat untuk bergabung dengan madrasah, meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar, dan daya saing madrasah. Selain itu, program ini meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang madrasah, memperluas jangkauan dan citra madrasah. Terlibatnya humas dalam membangun hubungan baik, mempublikasikan prestasi, serta memperluas kerjasama internasional juga turut berkontribusi dalam peningkatan citra madrasah secara keseluruhan.

Untuk memudahkan peneliti dan pembaca dalam membaca serta memahami pembahasan di atas, maka hasil penelitian dipaparkan dalam bentuk tabel. Adapun tabel hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 5.1 Rangkuman Hasil Pembahasan

Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	
Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	Manajemen humas melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) bertujuan meningkatkan citra madrasah dengan menawarkan pengalaman internasional bagi siswa melalui pertukaran pelajar, kunjungan studi, seminar, dan kolaborasi global. Dengan perencanaan matang dan pelaksanaan strategis, program ini menargetkan siswa, orang tua, guru, dan masyarakat untuk menunjukkan kualitas pendidikan tinggi dan kompetensi global. Kerja sama dengan lembaga internasional dan penggunaan media sosial memperkuat posisi madrasah di antara lembaga pendidikan lainnya dan

²⁰⁶ Effendy, *Human Relation & Public Relation*.

	menarik dukungan masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.
Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	Pelaksanaan manajemen humas melalui program MADU MANJA untuk meningkatkan citra madrasah melibatkan seleksi peserta yang ketat, pendampingan intensif, komunikasi dan koordinasi yang efektif, serta monitoring berkelanjutan. Pendekatan ini memastikan kesuksesan program, memberikan manfaat maksimal bagi peserta, dan meningkatkan citra serta reputasi madrasah. Implementasi yang baik dari elemen-elemen ini tidak hanya mencapai tujuan jangka pendek tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi institusi dan peserta. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.
Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	Evaluasi manajemen humas melalui program MADU MANJA menunjukkan pencapaian signifikan seperti peningkatan pendaftaran siswa, partisipasi masyarakat, dan dukungan pihak terkait. Namun, masih ada aspek yang perlu diperbaiki untuk memaksimalkan efektivitas program. Evaluasi dilakukan secara komprehensif dengan melibatkan berbagai pihak terkait untuk mendapatkan sudut pandang yang luas. Identifikasi kendala seperti keterbatasan sumber daya, resistensi masyarakat, perubahan kebijakan, dan kurangnya sumber daya manusia berkualitas adalah langkah penting. Tindak lanjut yang efektif mencakup perbaikan perencanaan dan implementasi, peningkatan sumber daya manusia, dan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan program. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.
Implikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Peningkatan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang	Manajemen humas melalui Program MADU MANJA menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan citra madrasah. Program ini meningkatkan prestasi siswa yang mengangkat peringkat madrasah secara nasional dan internasional, menarik minat masyarakat, dan meningkatkan jumlah pendaftaran siswa. Selain itu, program ini meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang madrasah, memperluas jangkauan dan citra madrasah. Humas berperan penting dalam membangun hubungan baik, mempublikasikan prestasi, dan memperluas kerjasama internasional, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan citra madrasah secara keseluruhan. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terkait manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk peningkatan citra madrasah, maka dapat disimpulkan dari masing-masing fokus penelitian sebagai berikut:

1. Perencanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MADU MANJA menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan strategis untuk meningkatkan citra madrasah. Dengan berfokus pada 1) Tujuan peningkatan citra, 2) Penetapan sasaran yang jelas, 3) Strategi pelaksanaan yang efektif, dan 4) Kerjasama internasional yang kuat, program ini mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi madrasah dan para siswanya. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.
2. Pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat melalui program MADU MANJA di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang terbukti efektif dalam meningkatkan citra madrasah. 1) Seleksi dan penetapan peserta yang ketat, 2) Pendampingan yang menyeluruh, 3) Komunikasi dan koordinasi yang baik dengan lembaga lain, serta 4) Monitoring yang berkelanjutan memastikan program berjalan dengan sukses dan memberikan dampak positif bagi siswa serta madrasah secara keseluruhan. Program ini tidak hanya memperkuat posisi madrasah di dunia pendidikan tetapi juga membuka peluang global bagi siswa, menunjukkan bahwa madrasah

mampu bersaing di tingkat internasional. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.

3. Evaluasi manajemen hubungan masyarakat melalui program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk meningkatkan citra madrasah mengungkap beberapa temuan penting: 1) Pencapaian target, 2) Pelaksanaan Evaluasi, dan 3) Kendala dan tindak lanjut. Evaluasi ini menunjukkan bahwa program MADU MANJA memiliki dampak positif dalam meningkatkan citra madrasah meskipun menghadapi beberapa hambatan. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.
4. Manajemen humas melalui program MADU MANJA memiliki implikasi yang signifikan dalam meningkatkan citra madrasah melalui berbagai cara, termasuk 1) Peningkatan prestasi nasional dan internasional, 2) Peningkatan minat masyarakat, 3) Peningkatan pengetahuan tentang madrasah, dan 4) Pembangunan kerjasama internasional. Ini menegaskan pentingnya manajemen hubungan masyarakat yang efektif dalam mengoptimalkan citra institusi pendidikan. Hal ini sesuai dengan teori cutlip dan deming.

B. Saran

1. Bagi lembaga pendidikan diharapkan madrasah untuk menambah kerjasama internasional, dan mengupayakan seluruh siswa agar dapat mengikuti program MADU MANJA, serta evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan.
2. Bagi kepala madrasah diharapkan dapat terus meningkatkan citra madrasah melalui program-program unggulan seperti MADU MANJA dihadapan masyarakat dengan terus meningkatkan kualitas program secara

keseluruhan sehingga masyarakat selalu ikut berpartisipasi dalam kegiatan dan program madrasah.

3. Waka humas dan pengelola program diharapkan agar terus membangun hubungan yang harmonis kepada publik internal dan eksternal karena keduanya memiliki pengaruh penting dalam madrasah serta memaksimalkan manajemen dan kinerja humas dalam meningkatkan dan merealisasikan program serta partisipasi masyarakat.
4. Kepada pengambil kebijakan diharapkan dapat memperkuat citra dan media sosial, publikasikan prestasi, kegiatan sosial, jalin kemitraan, sediakan pelatihan, bentuk tim profesional, program apresiasi, kembangkan program unggulan, serta lakukan evaluasi berkala dan survei kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, Lajnah Pentashihan mushaf. *Qur'an Kemenag*. Online: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022.
- Andang. *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Konsep Strategi, Dan Inovasi Menuju Sekolah Efektif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Ardianto, Sholeh Soemirat dan Elvinaro. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.
- Ardianto, Soleh Soemirat dan Elvinaro. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Arifin, Anwar. *Politik Pencitraan – Pencitraan Politik*. 2nd ed. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media, 2016.
- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- As-Syafi'i., Sayyid Abu Bakar Al-Ahdalil Al- Yamani. *Al-Faroidul Bahiyyah*. Jombang: Darul Hikmah, 2010.
- Asmani, Jamal Ma'mur. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press, 2015.
- Baharun, Hasan. "Management Information Systems in Education: The Significance of e-Public Relation for Enhancing Competitiveness of Higher Education." *Journal of Physics: Conference Series* 1175, no. 1 (2019).
- Bahasa, Badan Pengembangan dan Pembinaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Online: Kemeterian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, 2023.
- Cahyo, Faizal. *Hasil Wawancara Dengan Siswa Kelas XI*. Malang, 2024.
- Choironi, Mohammad Afif. *Hasil Dokumentasi Penelitian Di MAN 2 Kota Malang*. Malang, 2024.
- . *Hasil Observasi Penelitian Di MAN 2 Kota Malang*. Malang, 2024.
- Chotimah, Chusnul. *Manajemen Public Relations Integratif*. Tulungagung: STAIN Tulungagung Press, 2013.
- Creswell, John W. *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran) Terjemah Ach. Fawaid Dan Rianayati Kusmini*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2019.
- Effendy, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- . *Human Relation & Public Relation*. 1st ed. Bandung: CV. Mandar Maju,

2009.

- Elyus, Dinda Septian, and Muhamad Soleh. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 09 (2021): 281–289.
- Eny. *Hasil Wawancara Dengan Guru Dan Staff P2M*. Malang, 2024.
- Fadjarani, Siti. *Metodologi Penelitian, Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2020.
- Fatmawati, Dewi, Muh. Ardiansyah, and Syamsurijal Basri. "Implementasi Manajemen Humas Dalam Peningkatan Citra Madrasah Di MAN 2 Kota Makassar." *Pedagogi: Jurnal Ilmu Pendidikan* (2023).
- Fattah, Nanang. *Landasan Manajemen Sumber Pendidikan*. Bandung: Rosda Karya, 2011.
- Al Givari, Abie Maulana. "Strategi Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Mdarasah Unggulan Di Kota Malang." *Fondatia* 4, no. 2 (2020): 234–244.
- Glen M Broom Cutlip, Allen H Centre. *Efektive Public Relations, Cetakan Ke-4, Terjemah Tri Wibowo*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Harrison, Shirley. *Marketers Guide To Public Relations (2005). Terjemahan Imam Mulyana Dwi Suwandi. Citra Perusahaan*. Jakarta: Trans Media Pustaka, 2010.
- Hasbullah. *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999.
- Hepni. *Manajemen Public Relations Di Pondok Pesantren*. Lumajang: Lembaga Pengembangan Pendidikan, Agama, dan Sosial (LP3DI), 2022.
- Hidayat, Dasrun. *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Hidayat, Taufik, Lia Fitrianingrum, and Kodar Hudiwasono. "Penerapan Prinsip Efektif Dan Efisien Dalam Pelaksanaan Monitoring Kegiatan Penelitian." *Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Kota Bandung* (2021): 42–50.
- Juhji, Febrianty, Nurhana Marantika, Dkk. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Juhji, and Bernadheta Nadeak. *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Karimah, Ilmiah Nafhah. "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Dan Partisipasi Masyarakat Di MAN 3 Malang." *Ulul Amri: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2022): 32–44.
- Kotler, Philip. *B2B Brand Management*. Berlin: Springer, 2006.
- Margaretha, Lusyan, Afrina Sari, and Ahmad Toni. "Perencanaan Dan Evaluasi Public Relations Program CSR Bring Back Our Bottle Pada Perusahaan The Body Shop Indonesia." *Jurnal Pewarta Indonesia* 2, no. 1 (2020): 1–12.

- Marnis & Priyono. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2008.
- Maulana, Pasha Syahrissa, and Subhan Afifi. “Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam.” *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik* 1, no. 2 (2021).
- Minarti, Sri. *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Morisaan. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Mulyasa, E. *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Mulyono. *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008.
- . “Mewujudkan Keunggulan Madrasah” II, no. 1 (2009).
- . “PENGEMBANGAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Multi Kasus Di MA Almaarif Singosari Dan MA An-Nur Bululawang Kabupaten Malang)” (2014).
- . “Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam.” *Ulumuna* 15, no. 1 (2011): 165–184.
- Musi, Suryani, and Et.al. *KOMUNIKASI DAN PUBLIC RELATIONS (STRATEGI MENJADI HUMAS PROFESIONAL)*. Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- Nasihi, Achmad, and Tri Asihati Ratna Hapsari. “Monitoring Dan Evaluasi Kebijakan Pendidikan.” *Indonesian Journal of Teaching and Learning (INTEL)* 1, no. 1 (2022): 77–88. <https://journals.eduped.org/index.php/intel/article/view/112>.
- Nasrullah, Farid. *Hasil Wawancara Dengan Guru*. Malang, 2024.
- Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press, 2010.
- Nisa, Hairun. *Manajemen Humas Di Sekolah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Nova, Firsan. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Nurmasyitah, Puspa, Amini, Ardy Salim, Imelda Fransiska, Kenny Daris, and Kiki Suryani. “Rekrutmen Dan Seleksi Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Pendidikan.” *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 1 (2023): 2046–2052.

- Nurul. “Strategi Manajemen Humas Dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah.” *Jurnal AL-Tanzim* 2, no. 1 (2018).
- Pohan, Zakirun. “Peran Humas Publik Relations Pada Bidang Pendidikan.” *Jurnal Sintesa* 18, no. 1 (2018).
- Publik, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018.
- Purnomo, Nanto. “Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing.” *Jurnal Karya Abdi Masyarakat* 4, no. 3 (2021): 376–381.
- Putra, I Gusti Ngurah. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Tangerang: Universitas Terbuka, 2008.
- Putra, Nusa. *Penelitian Kualitatif IPS*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Qurtubi, Ahmad Muhammad bin. *Al-Jāmi’ Li Ahkām Al-Qur’an*. Bairut Libnan: Muassasah al-Risālah, 2006.
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah. Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Rifqi, Ahmad. *Hasil Wawancara Dengan Siswa Kelas X*. Malang, 2024.
- Rijali, Ahmad. *Analisis Data Kualitatif*. Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2018.
- Ritonga, M A S, S Monang, and A A Azhar. “Peran Humas Madrasah Dalam Mengembangkan Brand Image: Studi Kasus Humas Man Labuhanbatu.” *Berajah Journal* (2022): 979–988. <https://www.ojs.berajah.com/index.php/go/article/view/187%0Ahttps://www.ojs.berajah.com/index.php/go/article/download/187/153>.
- Rohani, Alifia. “Manajemen Pengembangan Program Unggulan Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Malang.” *Ulul Amri : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2022): 126–141.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- . *Public Relation Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Rusyanti, Titik, Yaser Arafat, and Destinar. “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah.” *Jurnal Educatio* 7, no. 3 (2021): 753–762.
- Saefullah. *Manajemen Pendidikan Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.
- Sallis, Edward. *Total Quality Management in Education, Terj. Ahmad Ali Riyadi Dan Fahrurrozi*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2012.

- Samsudin. *Hasil Wawancara Dengan Kepala MAN 2 Kota Malang*. Malang, 2024.
- Sandyakala, Mutiara Cendekia. “Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan.” *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 192–196.
- Sari, Asep Soegiarto Wina Pustpita. “Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Communicology* 7, no. 1 (2019).
- Siagian, Sondang P. *Filsafat Administrasi*. Revisi. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Sisk, Henry L. *Principles of Management: A Systems Approach to the Management Process*. South-western Publishing Company, 1969.
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Sudjana. *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Non Formal Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Balah Production, 2012.
- Sufyarman, M. *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Cetakan XXII*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sukarno, Makmuri. “Mengembangkan Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia (Developing Insan Cendekia High School To Address Modernisation , Democracy , and Globalisation Challenges).” *Jurnal Kependudukan Indonesia* 9, no. 2 (2014): 119–137.
- Supriyanto, Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah and. “Peran Humas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru.” *Jurnal Manajemen Pendidikan* 8, no. 4 (2020): 332–343.
- Surapati, Muhammad Untung, Anuar Rasyid, and Nurjanah. “Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhammadiyah 2 Pekanbaru.” *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 9, no. 1 (2020): 347–362.
- Sutikno, M. Sobry. *Maajemen Pendidikan : Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan Yang Unggul*. Lombok: Holistica, 2012.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003.
- Sutojo, Siswanto. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004.
- Terry, George R. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.
- Tharaba, M. Fahim. *Manajemen Humas*. Malang: Dream Litera Buana, 2020.
- Ula, Miftachul. *Hasil Wawancara Dengan Wakil Kepala Bidang Humas*. Malang,

2024.

- Umam, Khotibul. *Hasil Wawancara Dengan Wali Murid*. Malang, 2024.
- Uno, Hamzah B. *Perencanaan Pembelajaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.
- Wahid, Abdul. *Strategi Membangun Citra Dan Kinerja Lembaga*, 2023.
[https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19612/1/Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19612/1/Strategi_Membangun_Citra_dan_Kinerja_Lembaga.pdf).
- Wahidmurni. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Repostory UIN Malang, 2017.
- Wirabhakti, Andhika. “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah.” *Nizamul ‘Ilmi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (JMPI)* 8, no. 1 (2023): 23.
- Wiyani, Novan Ardy. *Manajemen Humas Di Sekolah*. Yogyakarta: Gava Media, 2019.
- Wulaida. *Hasil Wawancara Dengan Ketua INSAN PRO Dan Guru*. Malang, 2024.
- Yoga, Ahmad Thohir. *Hasil Wawancara Dengan Ketua LDC Dan Ketua Program MADU MANJA*. Malang, 2024.
- Yuliana, Suharsimi Arikunto dan Lia. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media, 2009.
- <https://man2kotamalang.sch.id/>
- Dokumen Language Development Center & International Partnership MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA).
- Dokumentasi Pedoman Manajemen Bidang Humas Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang Tahun Pelajaran 023/2024.

Lampiran 1

Surat Permohonan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-775/Ps/TL.00/02/2024

26 Februari 2024

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Kepala MAN 2 Kota Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Mohammad Afif Choironi
NIM : 220106210045
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing : 1. Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd
2. Dr. H. Mulyono, M.A
Judul Penelitian : Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Menjelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : OA0nh8

Lampiran 2

Surat Izin Penelitian



PENJAMINAN MUTU MADRASAH (PMM)
MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 KOTA MALANG
Jalan Bandung Nomor 7 Kota Malang
Telepon (0341) 551357, 558333; Faksimil. (0341) 559779 Malang – 65113
Website: www.man2kotamalang.sch.id Email: admin@man2kotamalang.com

SURAT PENUNJUKAN PENDAMPING PENELITIAN

Nomor: 82/SP3/PMM/10/2024

Menunjuk surat dari Pascasarjana S2 Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Nomor: B-775/Ps/TL.00/02/2024 tertanggal 26 Februari 2024, perihal permohonan Izin Penelitian oleh:

Nama : Muhammad Alif Choironi
NIM : 220106210045
Program Studi : Pascasarjana
Judul : **Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Program MAN Dua Mnejelajah Dunia (MADU MANJA) untuk Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Malang**

Maka kami selaku Ketua PMM MAN 2 Kota Malang menyetujui permohonan Izin Penelitian yang diajukan tersebut dan menunjuk Bapak:

Nama : Ahmad Thohir, M.Pd., M.Ed.
NIP : 197203311999031002
Jabatan : Guru Madya Bidang Studi Bahasa Inggris

Untuk mendampingi pelaksanaan Penelitian tersebut.

Demikian surat penunjukan pendamping Penelitian ini, atas kerjasama Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Malang, 07 Maret 2024
Ketua,

Mishad, S.Pd., M.Pd
NIP. 197505262005011003

Lampiran 3

Instrumen Wawancara

1. Apa itu program MADU MANJA?
2. Apa tujuan utama pembuatan program MADU MANJA?
3. Bagaimana cara mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang perlu di atasi dalam merancang program MADU MANJA?
4. Apa strategi yang akan digunakan untuk menyesuaikan kurikulum dengan tujuan dan kebutuhan siswa?
5. Bagaimana rencana untuk melibatkan orang tua dan komunitas dalam mendukung dan memperkuat program MADU MANJA?
6. Bagaimana proses perencanaan program MADU MANJA?
7. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam melaksanakan program MADU MANJA?
8. Kendala apa saja yang dialami dalam proses perencanaan?
9. Bagaimana solusi dari sebuah kendala yang dialami dalam proses tersebut?
10. Bagaimana rencana untuk membangun kerjasama dengan lembaga pendidikan lainnya untuk meningkatkan akses dan kualitas pendidikan di madrasah?
11. Bagaimana cara memastikan bahwa pelaksanaan program MADU MANJA berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan?
12. Bagaimana strategi untuk memonitor dan mengevaluasi kemajuan siswa secara teratur selama pelaksanaan program MADU MANJA?
13. Bagaimana cara mengelola dan mendukung pelaksanaan kegiatan pembelajaran dan kurikulum?
14. Apakah terdapat mekanisme untuk mengatasi hambatan atau tantangan yang mungkin muncul selama pelaksanaan program MADU MANJA?
15. Apa langkah konkrit yang akan diambil untuk memastikan kesejahteraan siswa selama pelaksanaan program MADU MANJA, baik secara akademis maupun emosional?
16. Bagaimana cara mengelola komunikasi antara stakeholder, termasuk siswa, orang tua, pengajar, komunitas internasional, selama pelaksanaan program MADU MANJA?
17. Bagaimana menilai dan memperbaiki proses pelaksanaan program MADU MANJA untuk meningkatkan mutu madrasah?
18. Bagaimana madrasah bisa mengatasi kendala yang ada?
19. Apakah terdapat evaluasi khusus?
20. Bagaimana merencanakan proses evaluasi untuk mengukur pencapaian tujuan dan hasil pembelajaran dari program MADU MANJA?
21. Bagaimana menilai kepuasan siswa, orang tua, dan pengajar terhadap program MADU MANJA?
22. Bagaimana cara mengukur kemajuan siswa dalam mencapai kompetensi akademik dan keterampilan yang ditetapkan?
23. Apakah memiliki rencana untuk melibatkan stakeholder dalam proses evaluasi dan menerima umpan balik dari mereka?
24. Bagaimana cara mengidentifikasi dan mengevaluasi dampak jangka panjang dari program MADU MANJA terhadap siswa, alumni, dan stakeholder secara keseluruhan?

25. Apakah memiliki strategi untuk memastikan kesinambungan evaluasi dan peningkatan berkelanjutan dalam program MADU MANJA dari tahun ke tahun?
26. Bagaimanakah kondisi hubungan antara madrasah dengan negara luar dari awal adanya program MADU MANJA? Apakah terjadi peningkatan?
27. Ketika madrasah memiliki program atau aturan baru, apakah informasinya selalu disampaikan?
28. Apa sajakah implikasi yang dirasakan oleh siswa, pengajar, stakeholder, dan madrasah atas keterlibatan dalam program MADU MANJA?
29. Apakah terjadi peningkatan jumlah peminat dalam pelaksanaan program MADU MANJA
30. Apa saja tuntutan dan harapan dari orang tua terhadap siswa dan bagaimana madrasah meresponnya?

Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan



Pertukaran pelajar dengan lembaga pendidikan luar negeri



Guru Tamu dan Klub Bahasa Asing



Kegiatan di Istanbul Turkey



Program TOEFL untuk semua siswa



Kegiatan FGD di Malaysia dan Singapore sebagai bentuk implementasi tindak lanjut kerjasama



Lampiran 5

Monitoring dan Pendampingan



Lampiran 6

Publikasi Program MADU MANJA



Lampiran 7

Prestasi Siswa

3 PESERTA DIDIK
MAN 2 KOTA MALANG
MENJADI DELEGASI INDONESIA
DI AJANG INTERNASIONAL 2024.

Dr. Samsudin, M.Pd.
Kepala MAN 2 Kota Malang

Ammaara syifa Andini (XII IPA3)
IESEO di Kota Beijing-Cina
Tgl. 7-17 Agustus 2024

Muh. Zaidan Naja (XII MIPA 7)
APHO di Kampar Malaysia
Tanggal 3-10 Juni 2024

Adika Rasendriya A.P (XII MIPA 7)
IPhO di Isfahan, Iran
Tanggal: 21-29 Juli 2024

"Semoga Membawa Nama Harum Indonesia Dan Madrasah"

SELAMAT & SUKSES
PESERTA DIDIK MAN 2 KOTA MALANG

Meraih Prestasi Internasional
BRONZE MEDAL
Dalam Ajang Kompetisi Scientific Physics Olympiad (ISPhO) 2023
di Khanty-Mansyisk, Rusia
MUH. ZAIDAN NAJA | XII MIPA 7

yg diselenggarakan oleh Pemerintah Khanty-Mansi pada tanggal 3-11 Desember 2023

Selamat Kepada
Peserta Didik MAN 2 Kota Malang
Sukses Raih Prestasi

Pada Ajang
International Economics Olympiads (IEOx)
TINGKAT INTERNASIONAL

MEDALI EMAS Naufal Wiwit Putra (XII-IPS 1)
Raynar Pramudya Sayyid Andaru (XI-MIPA 4)
Mumtaz Nazilla (XI-MIPA 4)

MEDALI PERunggu Irgi Rahdan Syah (XI MIPA 8)

Dilaksanakan Pada Tanggal 18 Februari - 2 Maret 2024, Winter Challenge 2024

Selamat Kepada
Peserta Didik MAN 2 Kota Malang
Sukses Raih Prestasi

Pada Kompetisi
ICU Global Youth Essay Competition 2023 Japan
TINGKAT INTERNASIONAL

Third Prizes Najwan Fadhil Ibadurrahman (XII MIPA 2)

Dilaksanakan Pada Tanggal 15 Agustus - 12 Oktober 2023,
Diselenggarakan oleh International Christian University (ICU)

Selamat Kepada
Peserta Didik MAN 2 Kota Malang
Sukses Raih Prestasi

Pada Ajang
Youth International Science Fair (YISF)
TINGKAT INTERNASIONAL

Bronze Medal Muhammad Alim Majid- XI MIPA 7
Bidang Life Science

Dilaksanakan Pada Tanggal 28 Februari 2024,
Diselenggarakan Oleh Indonesian Young Scientist Association (IYSA) dan Fakultas Teknik Undip

TOP 10 SEKOLAH
PENYUMBANG 108 PRESTASI PUSPRESNAS
TINGKAT INTERNASIONAL TAHUN 2023

1	MAN 2 KOTA MALANG	6
2	SMAS AL - KAUTSAR BANDAR LAMPUNG	5
3	SMA DHARMA YUDHA	3
4	UNIVERSITAS GAJAH MADA	3
5	SMA KRISTEN IMMANUEL PONTIANAK	3
6	SMA KESATUAN BANGSA YOGYAKARTA	3
7	MAN INSAN CENDIKIA PASURUAN	3
8	SMAN 1 GIAGAH BANYUWANGI	3
9	SMA KRISTEN PETRA 2 SURABAYA	3
10	SMAK PENABUR GADING SERPONG	2

SUMBER : PUSPRESNAS (PUSAT PRESTASI NASIONAL)

Lampiran 8

Dokumentasi Wawancara





Daftar Riwayat Hidup



Saya, Mohammad Afif Choironi lahir di Gresik pada tanggal 22 Oktober 2000. Saya tumbuh dan besar di Dusun Bejan, Desa Siwalan, Kecamatan Panceng, Kabupaten Gresik, sebuah lingkungan yang sarat dengan nilai-nilai religius dan kekeluargaan. Putra dari pasangan Sairi dan Munasiroh yang selalu memberikan dukungan penuh terhadap pendidikan dan pengembangan diri anak-anaknya.

Saya memulai perjalanan pendidikannya di TK Muslimat NU Assa'adah, yang menjadi pondasi awal bagi kecintaannya terhadap ilmu pengetahuan. Saya kemudian melanjutkan pendidikan dasar di MI Tarbiyatus Sa'adah, dimana saya menunjukkan prestasi yang gemilang hingga lulus pada tahun 2012/2013. Rasa haus akan ilmu mendorongnya untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, yakni di MTs Tarbiyatus Sa'adah. Di sana, Saya terus menunjukkan dedikasi yang tinggi terhadap pendidikan hingga menyelesaikan studinya pada tahun 2015/2016. Pendidikan menengah atas ditempuhnya di MAN 1 Gresik, sebuah lembaga pendidikan yang semakin memantapkan pengetahuan dan keterampilannya, hingga saya lulus pada tahun 2018/2019.

Menggali lebih dalam minatnya terhadap dunia pendidikan, Saya memilih untuk melanjutkan studinya di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saya mengambil jurusan Manajemen Pendidikan Islam dan berhasil meraih gelar sarjana pada tahun 2022/2023 dengan hasil yang memuaskan. Tidak berhenti sampai di situ, saat ini saya masih menempuh pendidikan S2 di bidang yang sama di universitas tersebut, memperkaya ilmu dan keahliannya untuk menjadi seorang pendidik dan manajer pendidikan yang mumpuni. Selain menempuh pendidikan formal, saya juga mengasah dan memperdalam ilmu agamanya di Pondok Pesantren Nurul Qur'an Al-Istiqomah.

Di luar kegiatan akademik, saya aktif dalam berbagai organisasi. saya pernah menjadi Musyrif Ma'had Sunan Ampel Al-Aly, di mana saya berperan dalam membimbing mahasiswa baru. Selain itu, saya juga terlibat dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Manajemen Pendidikan Islam, menunjukkan komitmennya dalam memajukan organisasi mahasiswa. Keaktifannya meluas hingga ke IMMAPSI Wilayah 3 Jawa Timur, sebuah organisasi yang menghimpun mahasiswa manajemen pendidikan Islam se-Jawa Timur. Saya juga menjadi pengurus UPKM JDFI UIN Malang I AM MSAA, yang membuktikan bahwa saya tidak hanya berprestasi dalam akademik, tetapi juga dalam kepemimpinan dan organisasi.

Motto hidup yang selalu ia pegang teguh adalah "Menjadi hebat itu penting, tapi menjadi bermanfaat jauh lebih penting." Motto ini mencerminkan pandangannya bahwa keberhasilan sejati terletak pada seberapa besar dampak positif yang bisa diberikan kepada orang lain dan lingkungan sekitarnya. Saya bertekad untuk terus belajar dan berkontribusi, baik dalam bidang pendidikan maupun dalam kehidupan sosial, demi terciptanya masyarakat yang lebih baik dan berdaya saing tinggi.